

**R E M A L E**



**MASKULIINISUUTTA MUOKKAAMASSA**



**SAVONIA**

OPINNÄYTETYÖ - AMMATTIKORKEAKOULUTUTKINTO  
KULTTUURIALA

# REMALE

Maskuliinisuutta muokkaamassa

TE -

Joona Hakala

KIJÄ/T:

Koulutusala Kulttuuriala	
Koulutusohjelma/Tutkinto-ohjelma Muotoilun koulutusohjelma	
Työn tekijä(t) Joona Hakala	
Työn nimi Remale – Maskuliinisuutta muokkaamassa	
Päiväys 17.5.2018	Sivumäärä/Liitteet 94/1
Ohjaaja(t) Laura Pakarinen	
Toimeksiantaja/Yhteistyökumppani(t)	
<p>Tiivistelmä</p> <p>Opinnäytetyön aiheena on suunnitella miesten vaatemallisto REMALE, johon yhdistetään feminiinisiä ja maskuliinisiä piirteitä leikkauksen, materiaalin ja värien kautta. Tavoitteena on rikkoa perinteistä käsitystä maskuliinisesta pukeutumisesta ja tuoda miesten vaatteisiin feminiininen lisä.</p> <p>Työn kirjallisessa osuudessa käydään läpi maskuliinisuuden ja feminiinisuuden käsitteitä ja yhteiskunnan rakenteita niiden takana käyttäen alan tutkimuksia, kirjallisuutta ja artikkeleita lähteenä. Lisäksi työssä tutustutaan miesten muodin historiaan. Hankittua kirjallista tietoa sovelletaan suunnitteluprosessiin ja vahvistamaan tekijän ammattitietämystä.</p> <p>Tämän jälkeen suunnitellaan ja toteutetaan seitsemän vaatekappaleen mallisto, jossa hyödynnetään jo olemassa olevaa sekä kirjallisessa osuudessa hankittua tietoa. Malliston ei ole tarkoitus olla kaupallinen, eikä sitä suunnitella spesifioitulle asiakasryhmälle. Lopuksi arvioidaan mallisto ja pohditaan koko opinnäytetyöprosessia.</p>	
Avainsanat miesten muoti, muoti, mallisto, vaatesuunnittelu, sukupuoli, mies, maskuliinisuus, feminiinisyys	

Field of Study Culture	
Degree Programme Degree Programme in Design	
Author(s) Joona Hakala	
Title of Thesis Remale – Modifying masculinity	
Date 17.5.2018	Pages/Appendices 94/1
Supervisor(s) Laura Pakarinen	
Client Organisation /Partners	
<p>Abstract</p> <p>The subject of the thesis is to design a menswear collection REMALE which combines feminine and masculine features through cut, material and colour. The goal is to break the traditional idea of menswear and bring a feminine side to men's clothing.</p> <p>The written part of the thesis explores the themes of masculinity and femininity and the social structure behind them by using studies, literature and articles as sources. The thesis goes through the history of menswear and the acquired information is applied to the design process as well as to strengthen author's professional knowledge.</p> <p>After this, a seven piece clothing collection is designed using the already existing and acquired knowledge. The collection is not a commercial one, and it is not designed to a specific customer group. Finally, the author evaluates the completed clothing collection and the whole design process.</p>	
Keywords menswear, fashion, collection, fashion design, gender, man, masculinity, femininity	



# SISÄLLYS

4	1. Johdanto
5	2. Minä suunnittelijana
8	3. Maskuliinisuus ja feminiinisyys
8	3.1 Kaksijakoinen sukupuolikäsitys
11	3.2 Maskuliinisuus vs. feminiinisyys
15	3.3 Sukupuolen vaikutus pukeutumiseen
23	3.4 Yhteenveto
25	4. Miesten muodin historia
25	4.1 1800-luku ja uusi mies
27	4.2 1900-luvun alku
28	4.3 Kuokuva 20-luku
30	4.4 Työn täyteinen 1930-luku
34	4.5 1940-luku ja sodan vaikutus
37	4.6 1950-luku
41	4.7 1960-lukuh
44	4.8 1970-luku
46	4.9 h1980-luku
48	4.10 Hajanainen 1990-luku
51	4.11 Mies nyt
53	4.12 Yhteenveto

55	5. Suunnitteluprosessi
55	5.1 Inspiraatio
59	5.2 Moodboard
59	5.3 Luonnostelu ja vaatteet
63	5.4 Materiaalit
64	5.5 Värit
66	5.6 Mallistolakana
68	5.7 Esityskuvat
76	5.8 Valmistus
77	5.9 Lookbook
82	5.10 Mallistoanalyysi
84	7. Pohdinta
90	Lähteet
97	LIITE 1: Tasokuvat

# 1. JOHDANTO

Opinnäytetyöni aihe on miesten vaatemallisto REMALE, jossa yhdistän maskuliinisia ja feminiinisiä piirteitä keskenään. Malliston lähtökohtana on sukupuoli ja sen ilmentäminen pukeutumisella.

Opinnäytetyö koostuu kirjallisesta osuudesta ja toteuttamastani mallistosta. Haluan käyttää opinnäytetyömallistoani mahdollisuutena kehittää itseäni suunnittelijana ja löytää enemmän omaa suunnittelutyyliä. Mallisto on myös mahdollisuus täydentää portfolioitani ja näyttää osaamiseni tulevaisuudessa.

Sukupuoli on vieläkin dominoiva ja ohjaava asia pukeutumisessa ja siksi mielenkiintoinen. Tiedostan yhteiskunnassa olevan asetelman, mutta haluan ymmärtää rakenteita sen takana, sillä niitä ymmärtämällä ne on helpompi purkaa. Mikä tekee miehestä maskuliinisen ja naisesta feminiinisen? Miksi nainen saa olla maskuliininen mutta mies ei feminiininen? Miksi maskuliinisuus on käsitteenä kapea?

Työni ensimmäisessä kirjallisessa osiossa paneudun maskuliinisuuden ja feminiinisuuden käsitteisiin ja tutkin niitä ja niiden ilmenemismuotoja 2000-luvulla.

Opinnäytetyön toisessa kirjallisessa osiossa tutustun miesten pukeutumisen ja mieskuvan historiaan, ymmärtääkseni paremmin miesten muotia, siihen vaikuttavia tekijöitä ja selvittääkseni sen ominaispiirteitä. Historian tietämys on tärkeä osa suunnittelijan työtä, joten käsitys siitä kasvattaa omaa tarvittavaa ammattitietämystäni.

Suunnitteluprosessiosassa luon ja toteutan hankkimani tietoperustan pohjalta miesten vaatemalliston, jossa pyrin materiaalin, värien ja leikkauksien avulla luomaan minimalliston, joka yhdistää molempien sukupuolien pukeutumisen piirteitä. Pyrin hyödyntämään löytämäni tietoa ja ominaispiirteitä miesten muodin historiasta malliston suunnittelussa. Tavoitteenani on rikkoa perinteistä käsitystä maskuliinisuutta ja tuoda miesten vaatteisiin feminiininen puoli, joka mielestäni miesten muodista puuttuu, vaikka sukupuolen rajat hälvänevät kovaa vauhtia länsimaissa.

Mallistoni ei ole tarkoitus olla kaupallinen, eikä sitä suunnitella spesifoidulle asiakasryhmälle. Tavoitteenani ei ole myöskään suunnitella unisex-mallistoa (molemmille sukupuolille sopiva). Teen opinnäytetyöni kiinnostuksesta aiheeseen ja halustani ilmaista omaa näkemystäni ilman kaupallisuuden tai asiakasryhmän asettamia rajoitteita.

Opinnäytetyön lopuksi käyn läpi prosessin ja miten tietoperusta ja historia vaikuttivat suunnitteluun.



## 2. MINÄ SUUNNITTELIJANA

*Kuva 1: Toisena kouluvuonna suunnittelemani takki*

Muistan elävästi ensimmäisen kerran kun sain valita itse vaatekaupasta neulepaidan ja sen kun ala-asteikäisenä piilotin mielestäni ruman college-paidan pyykkikorin pohjalle, ettei minun tarvitsisi käyttää sitä. Vaikka viehätökseni vaatteisiin ja niiden estetiikkaan on ollut aina läsnä, aloin vasta lukiossa pohtimaan vaatesuunnittelua opiskeluvaihtoehtona. Tätä ennen olin kiinnostunut muista luovista aloista: Pienenä halusin olla valokuvaaja ja yläasteaikoina haaveilin teollisen muotoilijan urasta.

Oma identiteettini suunnittelijana on muuttunut ja muovautunut valtavasti sen jälkeen kun aloin opiskelemaan. Kun aloitin opinnot, minulla ei ollut pohjalla vaatetusalan opintoja, enkä ollut harrastanut käsitöitä, lukuun ottamatta koulun tekstiilityön tunteja. Myös oma näkemykseni siitä mitä halusin suunnitella, oli hyvin erilainen: Pidin kaikesta dramaattisesta, teatraalisesta ja epäkäytännöllisestä. Lisäksi halusin koulun alussa suunnitella naisten vaatteita.

Koen että suurin käänne tapahtui toisena opiskeluvuotena kun tehtävänämme oli suunnitella omat mallistot. En tiedä mikä sai minut päättämään suunnittelemaan miesten vaatemalliston, mutta se tuntui luontevalta. Valitettavasti joudun toteamaan, että kun suunnittelin ensimmäistä mallistoa, olin ajatusmaailmaltani ahdasmielinen mitä tulee miesten vaatteisiin. Kompastuin sen suunnittelussa liikaa rajoituksiin siitä mitä miesten vaatteet ovat ja minkälaisia niiden pitäisi olla. Tuon ajattelumallin koin olevan tukahduttava ja teki myös luovasta työskentelystä minulle hankalaa. Oli kuitenkin myös opettavaista havaita itsessään tuo piirre, koska sen jälkeen pystyin työstämään sitä ja päästämään irti omista rajallisista ajatuksistani. Tämän tiedostaminen sai minut tajuamaan minkälainen suunnittelija tahtoisin olla. Tahtoisin suunnitella vaatteita jotka tarjoaisivat toisenlaisen näkökulman miesten pukeutumiseen, sillä en usko että on järkevää tehdä enää samaa perinteistä kauluspaitaa uudelleen ja uudelleen.

Toinen asia joka vaikutti minuun, oli havahtuminen muoti- ja vaateollisuuden epäkohtiin. Kauniiden vaatteiden takana onkin ruma bisnes. Vaateollisuus on yksi saastuttavampia teollisuuden aloja ja huonolaatuisia, kertakäyttöisiä vaatteita tuotetaan enemmän kuin ihmiset tarvitsevat. Uusia trendejä syntyy ja kuolee jatkuvasti ja sosiaalinen media vain ruokkii tätä kehää. Kaikki haluavat olla aallonharjalla ja vaateketjut pystyvät toimittamaan trendivaatteen muutamassa viikossa. Koko touhu on riskitriidassa sen kanssa miten itse näen asian. Mielestäni vaatteita pitäisi ostaa enemmän tarpeeseen ja niiden pitäisi sopia käyttäjänsä persoonaan, eikä niinkään tyydyttämään kenenkään egoa ja uutuudennälkää. Ymmärrän toki, että trendejä tarvitaan ja että koko muodin ja vaateollisuuden houkuttavuus perustuu sen hetkellisyyteen ja uutuudenviehätykseen. Tällä hetkellä kuitenkin koen, että koko systeemi on sekaisin. Tunsin tilanteen aluksi turhauttavana, mutta pian ymmärsin että mikään asia ei ole mustavalkoinen ja että voin itse omilla valinnoillani ja teollani vaikuttaa asioihin.

Nämä kaksi tapahtumaa ovat olleet suuressa roolissa kun olen rakentanut omaa suunnittelijan identiteettiäni ja etsinyt omaa tyyliäni. Minusta myös tuntuu että olen sen vähitellen löytämässä. Omasta tyylistäni on kehittynyt minimalistisempi, klassisempi ja käytännöllisempi. Minulla ei ole mitään värejä vastaan, mutta neutraalit värit toimivat itselleni parhaiten.

On vaikea eritellä omia inspiraation lähteitään, sillä inspiraatio voi tulla mistä vain. Kliseisesti voisi sanoa ympäröivän maailman ja sen tapahtumien inspiroivan minua. Lisäksi oma persoonallisuuteni ja tapa millä katson maailmaa vaikuttaa suuresti siihen mitä suunnittelen. Yleensä kuitenkin olen huomannut, että saatan nähdä yhden asian tai saada yksittäisen ajatuksen, joka minua inspiroi ja jonka ympärille alan pikkuhiljaa rakentamaan suurempaa kokonaisuutta. Suunnitteluprosessin yksi mieluisin asia minulle onkin tiedonhankinta.

Niin kuin aiemmin jo mainitsin turhautumisestani nykyiseen muodin systeemiin, haluaisin itse keskittyä suunnittelemaan vastuullisia vaatteita. Minulle tämä merkitsee sitä että jokaisessa vaatteen valmistusvaiheessa aina suunnittelusta kuljetukseen, on

otettu huomioon sen vaikutukset ympäristöön. Mielestäni Jenni Rosenström (2013, 15) tiivistää ajatuksen hienosti opinnäytetyössään Minusta Neliö:

”Kestävää kehitystä kumartavalla klassikkosuunnittelulla voi tehdä kestävien tuotteiden lisäksi kestävämpiä persoonia.”

Näkisin, että vaatteen kuuluu olla kaunis, pitkäikäinen ja sopia kantajansa persoonaan. En välitä niinkään pinnallisista ja ohi menevistä trendeistä, vaikka uskon että hyvä suunnittelu heijastaa sitä aikaa jota elämme.

## 3. MASKULIINISUUS JA FEMINIINISYYS

### 3.1 KAKSIJAKOINEN SUKUPUOLIKÄSITYS

Yhteiskuntamme on aina rakentunut kaksijakoisen sukupuolikäsityksen ympärille ja vaikka olemme käyneet läpi monia muutoksia sekä vallankumouksia, on tämä jako säilynyt. Ajattellaan että biologisia sukupuolia on kaksi: mies ja nainen. Lisäksi oletetaan herkästi, että ihmisen sosiaalinen sukupuoli, eli kaikki opitut sukupuolia erottavat ominaisuudet, ilmeet, eleet ja pukeutuminen (Sipilä, 1998: 30), vastaavat biologista sukupuolta. Ihmiset ovat toki aina pyrkineet luokittelemaan ja lokeroimaan asioita niiden ymmärtämisen helpottamiseksi ja järjestyksen ylläpitämiseksi, eikä sukupuoli tee tässä poikkeusta. Ihmiset ovat antaneet kummallekin sukupuolelle tarkat ominaisuudet ja ihanteet siitä, minkälaisia miehen ja naisen kuuluisi olla. Miestutkija Arto Jokinen (2010) sanookin, että maskuliinisuus ja feminiinisyys ovat ihmisten tuottamia ideologioita ja muutettavia merkitysrakenteita.

Vaikka jako kahteen sukupuoleen on pysynyt muuttumattomana, se ei missään nimessä ole ollut ongelmaton: sukupuolissa kahtiajako toimii poissulkevasti. Tämä tarkoittaa, että miehillä ja naisilla ei ajatella olevan yhteisiä ominaisuuksia, ja jako perustuu vastakohtaisuuteen (Sipilä, 1998: 33). Sitä, mitä mies on, nainen ei ole ja päinvastoin. Tähän jakoon voidaan liittää kaikki biologisen sekä sosiaalisen sukupuolen piirteet. Sipilä toteaa (1998: 12) poissulkevan kahtiajaon rajoittaneen molempia sukupuolia. Kahtiajako on myös omiaan aiheuttamaan ristiriitaa ja pettymystä yksilössä, kun hän ei pysty täyttämään vaadittuja ominaisuuksia ja ihanteita tai suoriutumaan niiden mukaisesti.

#### Ihanteita etsimässä

Mitä nämä maskuliiniset ominaisuudet ja ihanteet sitten ovat? Oma kokemukseni, keskustelujen muiden miespuolisten henkilöiden kanssa ja lukemieni lähdemateriaalien kautta voin nostaa esille muutamia piirteitä, jotka tulivat usein esiin. Miehen odotetaan olevan itsekäs, menestyvä, rationaalinen, kova, voimakas, tunteeton, aktiivinen ja ”metsästäjä”. Ulkonäöltään maskuliininen mies on raamikas, vähäeleinen ja karski. Feminiinisuuden ajatellaan olevan kaiken tämän vastakohta: naisen kuuluu olla tunteellinen, miehestä riippuvainen, passiivinen, herkkä, viehkeä, viaton, heikko ja seksuaalisesti alistuva (Marcangeli, 2015: 94). Nainen mielletään kauniiksi ja sieväksi.

Kuten mainittu, ihmiset ovat itse luoneet ihanteensa sukupuolen ominaispiirteistä. Filosofit ja feminismin teoreetikko Judith Butler sanoo sukupuolen esityksen tapahtuvan toiston ja tekemisen kautta. Näin ollen tietyt piirteet liitetään jompaankumpaan sukupuoleen, mikä luo kuvan siitä, että nämä piirteet ovat normaaleja sille sukupuolelle.

Tätä tapahtuu yksilölle heti vauvasta saakka. Kun tyttölapsi syntyy, häntä saatetaan puhutella sanomalla ”kuka on nätti tyttö?”, kun taas pojalle sanotaan ”kuka on vahva iso poika?” (McDowell, 1992: 123). Toinen esimerkki kyseisestä käytännöstä on se, että jos poikalapsi tulee toimeen hyvin tyttöjen kanssa, saatetaan tokaista: ”Hänestä kasvaa kunnan naistenmies!”. Tyttölapselle, joka tulee toimeen poikien kanssa, ei löydy vastaavaa termiä. Naisen ei oleteta olevan aktiivinen osapuoli heteroseksuaalisen suhteen muodostamisessa, ja mikäli näin on, kuvailevat termit ovat halventavia ja niihin liittyy yleensä vahva negatiivinen sävy, kuten vaikkapa miestennielijä. Asetelma kertoo paljon siitä, että poikien odotetaan olevan vahvoja valloittajia, kun taas tyttöjen kuuluisi olla kauniita ja passiivisia. Mies saavuttaa maskuliinisuutensa eri tekojen ja toimien avulla. Näitä tekoja ovat esimerkiksi juuri työelämässä menestyminen tai seksuaaliset valloitukset. Pojat ”miehistyvät” kun taas tytöt harvemmin ”naisistuvat”. Naisen feminiinisyys taas tulee syntymälahjana. Mies toimii ja nainen vain passiivisesti ”on”.

## Rakennettuja ideaaleja

Myös media ja mainokset ruokkivat käsityksiä sukupuolten ihanteista ja ominaisuuksista. Otin esimerkiksi Diorin muotitalon kaksi hajuvesimainosta, Dior Hommen (ks. Kuva 2) ja Miss Diorin (ks. Kuva 3). Dior Homme on suunnattu miehille ja Miss Dior naisille. Annamari Vänskä (2002: 163). toteaa että hajuvesimainokset eivät ole vain muodin kiertoa ja uusien tuoksujen kulutusta edistäviä viattomia kuvia vaan kuvalisena viestintänä ne vaikuttavat käsityksiimme ideaalista sukupuolista. Tämän takia mielestäni hajuvesimainos sopii paremmin kuin hyvin demonstroimaan asiaa. Lisäksi hajuvedet ovat kosmetiikkatuotteina hyvin sukupuolieriteltyjä, joten niiden mainoksetkin ovat sukupuolia stereotypisoivia ja sen takia se tekeekin niistä mainion tarkastelun kohteen.

Ylemmässä miesten hajuvesimainoksessa poseeraa näyttelijä Robert Pattinson. Kuva on mustavalkoinen ja hillitty. Kuvan taustalla näkyy kaupunkia. Yllään hänellä on villakangastakki, valkoinen kauluspaita ja kravatti. Nämä vaatteet voidaan liittää vahvasti business-henkiseen pukeutumiseen; kyseessä on niin sanottu työssä käyvän miehen univormu. Pattinsonin kravatti on hiukan huonosti ja hän korjailee tai asettaa takkinsa kauluksia välinpitämättömän näköisenä. Hän tavallaan välittää siitä miltä näyttää, muttei liikaa. Kuvassa Pattinson vaikuttaa kiireiseltä.

Alemmassa naisten hajuvesimainoksessa taas poseeraa näyttelijä Natalie Portman. Mainos on värillinen ja värisävyiltään vaalea ja hempeä. Tässä kuvassa tausta on valkoinen ja siitä erottaa vaalean arvokkaan näköisen seinän. Portman poseeraa kuvassa alasti lattialla istuen. Hän pitää säärtään esillä ja vartalonsa peitteenä hänellä on kirjailtu iltapuku. Asento korostaa kurvikasta ja naisellista vartaloa, ja Portmanin ilmeestä huokuu päättäväisyys.

Ylempi hajuvesimainos esittää miehen kiireisenä, menestyvänä klassisena miehenä. Mainoksen mustavalkoisuus ja Pattinsonin asu luo kuvan hyvin perinteisestä tyylikästä miehestä. Kuva voisi olla hyvin 50-luvulta tai tältä päivältä. Kuvan visuaali-





Kuva 2: Dior Hommen mainos



Kuva 3: Miss Diorin mainos

nen ilme viestii siitä, että käsitys maskuliinisuudesta ja miehisyydestä ei ole kokenut kummoista muutosta vuosikymmeniin. Miss Diorin mainoksen hempeä värimaailma ja Natalia Portmanin poseeraus leikittelee tyttömaisella viattomuudella ja seksikkyyden sekoituksella. Mainoksessa Portman muistuttaa renessanssin aikaisten maalausten naista. Hänen ihonsa näyttää pehmeältä, ja poseeraus paljastaa vartalon muodon. Tämä

yhdistettynä taustan vaaleaan seinään luo yhtymän klassiseen naiskuvaan. Portmanin poseeraus ja ilme herättävät kuitenkin ristiriidan ja luovat kuvaan jännitettä. Portman ikään kuin tarjoaa vartaloon mainoksessa katseelle, mutta hänen ilmeensä on määrätietoinen. Asetelma maalaa kuvaa naisesta, joka tiedostaa oman feminiinisyytensä ja seksuaalisuutensa ja on sinut asian kanssa. Hän ei tyydy olemaan pelkästään objekti, vaan myös aktiivinen toimija. Siinä, missä molemmat mainokset mukailevat ja toistavat maskuliinisuuden ja feminiinisyiden ihanteita, Miss Diorin mainos kuvaa naisen kuitenkin hiukan modernimmassa valossa.

Ei siis ihme, että pidämme maskuliinisuutta ja feminiinisyttä ohjenuorina siitä, minäläisiä sukupuolemmme edustajia meidän kuuluisi olla. Meidät kasvatetaan siihen, ja olemme jatkuvasti ihanteita pursuavien kiitokuvien ympäröimiä. Koska olemme itse luoneet omat ideaalimme, voimme myös itse muuttaa niitä. Toki muutosta on tapahtunut ja sitä tapahtuu myös tulevaisuudessa. Voimme nykyään helposti kuvitella Portmanin samantyyliiseen kuvaan, samanhenkisessä asussa kuin Pattinson on. Jos sen sijaan kuvittelemme Pattinsonin Portmanin tilalle mainokseen, lopputulos voi näyttäytyä tahattoman koomisena valtavirran keskuudessa. Kyseinen ristiriita on aina kiehtonut ja mietittänyt minua. Miksi nainen pystyy liikkumaan miehen alueelle, mutta mies ei naisen?

### 3.2 MASKULIINISUUS VS. FEMINIINISYYS

Arja Kärkkäinen toteaa opinnäytetyössään sukupuolisen kahtiajaon syiden olevan työnjaon historiassa. Hän myös mainitsee, että sukupuoliroolit ovat auttaneet yksilöä työhön ohjauksessa, joka on helpottanut yksilön paikan löytämistä tarpeellisena osana yhteiskuntaa (Kärkkäinen, 2011). Olen asiasta samaa mieltä, mutta voimme myös löytää työnjaon historiasta syyn sille, miksi maskuliiniset piirteet ovat yliarvostettuja, kun taas feminiiniset piirteet ovat jääneet aliarvostetuiksi.

Teollinen vallankumous 1700-luvulla muutti yhteiskuntarakenteita merkittävästi. Kaupungistuva ja kasvava keskiluokka alkoi teollisuuden myötä rikastumaan ja heidän hetytymätön työmoraalinsa toi heille valtaa. Keskiluokan valta toi mukanaan tahdon puolueetonta ja universaalial järjestystä kohtaan, ja kunnioituksesta lakia kohtaan tuli yleinen suuntaus. Uusi halu järjestykseen määrittä myös naisen aseman uusiksi. Mies löysi paikkansa perheenpäänä teollistuvassa maailmassa ja nainen menetti entisen roolinsa miehensä apurina maataloudenhoidossa, eikä maataloustaidoista ollut enää hyötyä naisille työllistymisen kannalta nopeasti teollistuvassa yhteiskunnassa. Naisista tuli lasten kasvattajia ja kodinhoitajia, sillä miehet eivät suostuneet näkemään naiselle paikkaa teollisessa yhteiskunnassa. (McDowell, 1992). Tämä uusi rakenne määrittä ydinperhemallin, jossa mies on käynyt töissä ja elättänyt perheensä, ja nainen on jäänyt työelämän ulkopuolelle huolehtimaan lapsista ja kodista.

Koska elämme yhteiskunnassa, jossa menestys mitataan vallassa, rahassa ja statuksena, pääsivät miehet osallisiksi tästä menestyksestä samalla, kun naiset jäivät kotiin, jolloin

heidän mahdollisuutensa menestyä ovat olleet heikkommat kuin miehillä. Siksi maskuliiniset piirteet on liitetty menestykseen ja niistä on tullut tavoiteltu voimavara, kun taas naiselle jäänyt tehtävä hoitaa kotia ei ole ollut erityisen arvostettu. (Sipilä, 1998). Naisen elinympäristönä oli hänen oma kotinsa, kun taas miehen ympäristönä oli koko maailma. McDowell (1992: 38–39) kertoo että miesten pelko piti naiset kotona: Naisten osallistuminen työelämään olisi saattanut heijastua heidän kotiinsa ja viedä mieheltä oman kodin turvan. Koti oli miehelle lämmön ja turvan paikka, johon hän pystyi aina pakenemaan oikean maailman kauheuksia. Tämä teki miehen pesästä naisen häkin. Naiset pidettiin kotona poissa miesten tieltä, samalla kun miehet rakensivat maailmaa muille miehille.

## Tasa-arvo?

Nykyään tilanne on kuitenkin toinen. Vaikka feministinen liike on ajanut sukupuolten tasa-arvoisuutta, ei se ole täysin tehtävässään onnistunut. Feministit ovat pyrkineet vapauttamaan naisen äitiydestä, jotta nainen pääsisi yhteiskunnallisesti miehen ”tasolle”, sen sijaan että feminiinisiä piirteitä alettaisiin arvostamaan elintärkeinä yleisinhimillisinä arvoina, jolloin myös miesvoisi saada kodinhoidosta sosiaalista arvostusta. (Sipilä, 1998: 166, 80).

Pyrkimys vapauttaa nainen äitiydestä onnistui ja nykyään nainen voi kouluttautua ja nousta korkeaan virkaan. Varsinkin Pohjoismaissa tämä on toteutunut hyvin. Naiset ovat nousseet miesten tasolle ja he voivat vapaasti omata ja tuoda esiin maskuliiniseksi luokiteltuja piirteitä. On jopa toivottavaa että nainen omistaisi näitä piirteitä, mikäli hän mieli menestyä työelämässä. Vaikka naisten asema parani ja paranee kokoajan, eivät nämä askeleet ole vieneet meitä lähemmäksi sukupuolten tasa-arvoa. Tietenkin naiset voittivat oikeuden astua miesten alueelle ja tuoda esiin itsessään maskuliinisia ominaisuuksia mutta se teki feminiinisyydestä vielä vähemmän arvostettua ja alleviivasi maskuliinisuuden ylivoimaisuutta ja kavensi sitä entisestään. Juuri tämän takia esimerkiksi kodinhoitoa ei juuri arvosteta. Oman näkemykseni mukaan hyvä ja huolehtivainen kasvatus luo tasapainoisia ja empatiakykyisiä kansalaisia ja se on toimivan yhteiskunnan perusta. Sen takia koen sen oudoksi, ettei sitä osata arvostaa sen enempää.

Kun naisetkin saivat hylätä feminiiniset ominaisuudet ja alkoivat pitää niitä heikkouden merkinä, syntyi ongelma. Feminiinisten piirteiden alasajo on luonut epätasa-arvoa ja kitkaa myös heidän omassa keskuudessaan. Mediassa käydään loputtomasti keskustelua puolesta ja vastaan siitä, onko nainen huono äiti, jos hän haluaa keskittyä luomaan työuraa, ja onko nainen huono nainen, mikäli ei edes halua olla äiti. Meikitöntä naista tituleerataan helposti rohkeaksi ja korotetaan kansallissankarin asemaan, kun taas meikkaava nainen tuomitaan herkästi tyhjäpääksi. Myös naisten seksuaalisuus on mielipiteitä herättävä aihe. Nainen, joka on itsevarma itsestään ja kehostaan, saa vieläkin helposti maineen kevytkenkäisenä. Tuntuu, että kaikki tavat ilmaista naiseutta ovat vääriä tai tuomittavia.

Hyvä esimerkki tästä löytyy vuoden 2017 helmikuulta. Näyttelijä, feministi ja YK:n hyvän tahdon lähettiläs Emma Watson poseerasi muotilehti Vanity Fairin muotijutussa asussa, joka paljasti hänen rintansa (ks. kuva 4).



Kuva 4: Emma Watson Vanity Fairissa



Pian kuvien julkaisun jälkeen alkoi raivokas kiistely siitä, voiko feministiksi itseään nimittävä henkilö esiintyä kuvassa, jossa hänen rintansa näkyvät. Monet tuomitsivat Watsonin kuvan perusteella ja olivat sitä mieltä, että teko ei ollut sopiva henkilölle, joka puhuu naisten oikeuksien puolesta. Osa taas liputti kuvan puolesta ja sanoi sen olleen feministinen teko. Kohu mielestäni tiivistää feminismin ongelman: sen sijaan, että Watsonin itsemäärittämisoikeutta olisi kunnioitettu, kuvat tuomittiin, koska hän asetti itsensä ja vartalonsa näytille. Toki ymmärrän harmin joka kuvasta tuli. Watson on kuvassa passiivisena ja asettaa itsensä katseelle, mitä voidaan pitää tänä päivänä naisen arvoa halventavana. Emma Watson kommentoi kohua itse näin: ”Feminismi antaa naisille mahdollisuuden valita. Feminismi ei ole keppi, jolla hakataan muita naisia. Se on vapautta, se on vapauttamista, se on tasa-arvoa. En tiedä, mitä tekemistä rinnoillani on sen kanssa. Se on hyvin hämmentävää” (Saner, 2017, The Guardian). Olen tästä samaa mieltä.

Vaikka naisten asema on parantunut huikeasti, täytyykin kuitenkin pitää mielessä että mitään täydellistä ja ihanteellista tasa-arvoa ei ole saavutettu. Keskusteluani muuttaman naispuoleisen ystäväni kanssa, nousi esille että monet miehet pitävät maskuliinisia piirteitä omaavia naisia uhkaavina, mutta feminiinistä naista taas heikkona. Varsinkin työelämässä nainen joutuu usein luovimaan ”hyvän jätjän” ja naisen roolin välissä, mikä on omiaan aiheuttamaan hänelle ristiriitoja ja paineita tietyn roolin täyttämisestä. Naisen tarvitsee tehdä paljon enemmän pärjätäkseen ja tullakseen hyväksytyksi miesten maailmassa. Tästä huolimatta naisille ei vielääkään makseta samansuuruista palkkaa kuin miehille samasta työstä.

## Häkkilintuja

Nainen pystyy nykyään navigoimaan maskuliinisten ja feminiinisten piirteiden maastossa, mutta asia ei ole yhtä yksinkertainen miehille. Maailma on ollut kauan miesvaltainen, ja mies on nähty ”parempana” sukupuolena. Maskuliinisuuden vaaliminen ja korostaminen on pysynyt tiukasti kiinni miehisessä kulttuurissa. Mies, joka ilmaisee feminiinisiä piirteitä, luokitellaan heikoksi ja vähemmän mieheksi, koska silloin hän astuu ns. alemman sukupuolen saappaisiin. ja näin ollen luopuu maskuliinisesta vallastaan. Sipilä (1998: 166) mainitsee hyvän esimerkin: Siinä missä tyttölasten maskuliinisuutta suvaitaan, poikalasten feminiinisyyttä ei hyväksytty samalla tavalla. Englannin kielen ilmaisu poikatyölle on ”tomboy”, joka kääntyy suoraan suomeksi poikatytöksi. Tyttöpoikaa taas saatetaan kutsua nimellä ”sissy”, joka kääntyy suomeksi nössöksi tai adjektiiviksi akkamainen. Feminiiniset piirteet on usein yhdistetty myös homoseksuaalisuuteen (Sipilä 1998: 165) ja koska homoseksuaalisuus on aikoinaan luokiteltu sairaudeksi, siitä muodostui normaalin ja terveen heteroseksuaalisuuden vastakohta (Kaiser, 2014: 153). Tämä menneisyyden jäännös vaivaa vieläkin miehiä vaikka homoseksuaalisuudesta tulee jatkuvasti hyväksyttävämpää ja se nähdään normaalina, on sillä vieläkin vahva ”poikkeavuuden” stigma ja moni heteroseksuaalinen mies tuntuu mielestäni kokevan aiheen vaikeaksi.

Miehet ovat siis tehneet itselleen ja ihanteilleen karhunpalveluksen ylenkatsomalla naisia ja vähemmistöjä, minkä seurauksena maskuliinisuudessa ei ole juuri liikkumavaraa.

Maskuliinisuuden ihanteesta on tullut häkki ja kun vaihtoehtoina on leimaantua heikoksi tai homoksi, haluaa harva mies edes poistua sen sisältä. Tästä on haittaa miehille itselleen, naisille ja yhteiskunnalle. Pojista kasvatetaan tunteettomia ja mykkiä miehiä, eikä heidän sallita osoittaa tunteitaan millään tavalla. Sanonta ”pojat eivät itke” on varmasti monelle tuttu. Tämä miehisyyden muodon toteutuminen näkyy esimerkiksi Suomessa korkeina itsemurhalukuina, perheväkivaltana, syrjäytymisenä ja päihdeongelmina (Aamulehti, 6.11.2015). Syksyllä 2017 alkanut #MeToo-kampanja taas nosti esiin naisten kokeman seksuaalisen ahdistelun monella eri ammattialalla ja aiheutti laajan julkisen keskustelun. Oman mieheyden ja valta-asemansa pönkittäminen naisen seksuaalisen alistamisen avulla on vieläkin surullisen yleistä. Ei tarvitse olla järjen jättiläinen ymmärtääkseen, että jossain on menty pieleen kun maskuliinisuus ottaa tämän kaltaisia ilmenemismuotoja ja ne vielä hiljaisesti hyväksytään.

Näiden kahden ominaisuuden valtasuhde antaa mietittävää. Feminiinisyttä yleensä pidetään naisen synnynäisenä ominaisuutena, kun taas miehen maskuliinisuus ja sen tuoma valta tulevat enemmän suoritusten ja tekojen kautta. Jos valta kuitenkin saavutetaan tekojen kautta, onko se edes todellista valtaa? McDowelilla (1998, 48) on vastaus tähän. Hänen mielestään miehet ovat jo vuosisatojen ajan omaksuneet uskomuksen että heidän voimansa ja mahtinsa ovat maskuliinisuuden tulosta, eikä heidän kykyjensä, soveltuvuuden tai persoonansa. Mielestäni kun valta tai mikä tahansa ominaisuus saavutetaan ulkoisten tekijöiden kautta eikä itsestä lähtöisin olevien tekijöiden kautta, on se silloin epävarmaa. Epävarmuus lietsoo yleensä pelkoa yksilössä ja pelko on tehokas motiivi pitämään kenet tahansa mukavuusalueen sisällä. Ehkä juuri pelko tekee myös maskuliinisuudesta niin aggressiivisen, sillä onhan paras puolustus hyvä hyökkäys.

Nyky-yhteiskunta ja sen rakenteet ovat kuitenkin muuttuvassa tilassa. Sosiaalisen median avulla julkinen keskustelu saavuttaa yhä useamman ihmisen eri puolilta maapalloa ja pystyy lisäämään tietoutta tärkeistä asioista, kuten #MeToo-kampanja teki. Sosiaalinen media on myös ollut tärkeässä roolissa naisten yhteiskunnallisen aseman muuttamisessa. Naisten asema on parantanut ja laajentunut huomattavasti, ja kehitys on menossa vain eteenpäin. Nainen ei tarvitse enää miestä elättämään itseään ja pystyy valitsemaan itse mitä elämällään tekee. Alamme vähitellen siirtyä pois miesvaltaisesta yhteiskunnasta, ja toivottavasti suunta on kohti tasa-arvoisempaa yhteiskuntaa. Uusi tilanne vaatii meiltä kaikilta sukupuoleen katsomatta sopeutumista ja tilanteen ymmärtämistä. Kauan elossa ollut maskuliinisuuden ihanne ei sovi enää nykyiseen yhteiskuntaan, ja käsite vaatii uudelleenmuotoilua. Sanonta ”pojat ovat poikia” on elänyt liian kauan ja sen takia monenlainen sopimaton käyttäytyminen on kuitattu olankohautuksella. Enää se ei kuitenkaan ole hyväksyttävä selitys muita nöyryyttävälle käytökselle.

Asiaan on alettu heräämään ja uusi maskuliinisuus lähestyy hitaasti, mutta vanhat mielikuvat miehisyydestä elävät. Tämä voi luoda miehille sisäisen ristiriidan: Heidät on kasvatettu vanhan maskuliinisuuden malliin, mutta he ovat omaksuneet myös muutoksessa olevan sukupuolikäsityksen. (Error, 2017). Moni heteromies kokee vaikeaksi sovitaa perinteisen sukupuolikäsityksen uuden lähestymistavan kanssa, joka perustuu

kumppanuuteen ja tasa-arvoisuuteen naisen ja miehen välillä, niin työssä kuin perhe-elämässä. Tämän takia tarvitsemme ymmärrystä maskuliinisuuden haitoista, avointa keskustelua siitä ja sen aktiivista uudelleenmäärittystä. Miehiä täytyy kutsua mukaan maskuliinisuuden normien uudelleenmäärittelyyn, koska vain sillä tavoin se voidaan rakentaa uusiksi. (Stepień, 2017). Toki uudelleenmäärittämisestä on helppo puhua, mutta sen konkreettinen toteuttaminen on hankalampaa. Siinä, missä feminismi niin sanotusti vapautti naiset miehen alueelle, on vaikeampaa saada miehet omaksumaan ja hyväksymään päinvastainen muutos juurikin valloillaan olevan maskuliinisen ihanteen takia.

Tällä hetkellä tapahtuva yhteiskunnan muutos koskettaa kaikkia ihmisiä ja elämän-alueita. Vaikutus on laaja: Se vaikuttaa niin perhe-elämään, koulutukseen kuin työelämäänkin. Perinteiset miestyöpaikat ovat katoamassa (Aamulehti, 6.11.2015) ja naiset ovat siirtyneet miesvaltaisille aloille (Helsingin Sanomat). Tämä tarkoittaa sitä että miesten on oltava valmiita myös siirtymään päinvastaiseen suuntaan. Jotta yhteiskunta kehittyisi ja välttyttäisiin syrjäytymiseltä ja sen lieve-ilmiöltä, on alettava rakentaa monipuolisempaa ja hyväksyvämpää mieskuvaa ja rohkaista miehiä tähän muutokseen. Vaikka itse nostin esille maskuliinisuuden haittapuolia, en usko, että sormella osoittelu ja miesviha edistävät tai muuttavat asiaa. Päinvastoin - uskon sen vain lietsovan epätasa-arvoa ja nostavan voimakkaita vastareaktioita. On kuitenkin hyvä tiedostaa tosi asiat, koska vain silloin niitä pystyy muuraamaan uusiksi. Vastakkainasettelun sijaan olisi tärkeää, että maskuliiniset ja feminiiniset piirteet nähtäisiin universaaleina, ei sukupuolisina ominaisuuksina. Tällöin jokainen kykenisi ilmaisemaan itseään vapaasti ilman pelkoa arvostelusta ja pystyisimme toimimaan paremmin myös yhteiskuntana, kun jokainen voisi toteuttaa parhaita puoliaan itsessään sukupuolesta riippumatta.

### 3.3 SUKUPUOLEN VAIKUTUS PUKEUTUMISEEN

Pukeutuminen ja vaatteet saatetaan yleensä nähdä pelkkänä materiaana ja siveellisyysden säilyttäjänä. Vaikka vaatteiden perimmäinen käyttötarkoitus on ollut peittää ja suojata, ovat ne silti ajan saatossa saaneet paljon muitakin merkityksiä. Vaatteet ovat kuin henkinen haarniska: Niiden avulla yksilö pystyy kertomaan kuka hän on, mitä hän tekee ja mihin hän kuuluu.

Pukeutumiseen sisältyy suuri määrä kirjoittamattomia sääntöjä ja merkityksiä, jotka materialisoituvat ja uudelleenmäärittyvät kulttuurin ja ajanjakson kautta. Tästä hyvä esimerkki on vaikkapa korkokengät. Alun perin korkokengät olivat miesten ratsastukseen tarkoitettu jalkine, mutta muuttuivat ajan kanssa naisten kengiksi (BBC News). Tärkeää on kuitenkin muistaa että ihmiset itse antavat vaatteille merkityksen (McDowell, 1992: 136). Hyväksytty, kyseenalaistamaton ja kirjoittamaton sääntö pukeutumiseen on yksilön sukupuoli. Sukupuoli ja siihen liitetyt ihanteet ja ominaispiirteet säätelevät voimakkaasti sitä miltä meidän kuuluisi näyttää, miten meidän kuuluisi pukeutua ja mikä on sopiva asu kummallekin sukupuolelle. Vaatteet ovatkin jo kauan toimineet välineinä joilla korostetaan sukupuolten omaleimaisuutta ja valtaa. (Lönqvist, 2018: 80-81).

Kärkkäinen (2011, 18) kertoo opinnäytetyössään seuraava: ”Sukupuoli-identiteetti tarjoaa yksilön kannalta turvallisen roolin, jonka sisällä toimia. Sukupuolirooli sisältää yhteisesti sovitut normit mieheydelle ja naiseudelle, sekä se määrittelee yksilölle sopivan käytöksen”. Jokaiselle on yleensä selvää miten kuuluu pukeutua sukupuolensa ja/tai tilaisuuden mukaan. Väärä asu väärässä paikassa on omiaan aiheuttamaan kiusaantuneisuutta, ahdistuneisuutta tai pilkkaa kanssaihmisissä. Aiemmin ”oikeanlaista” pukeutumista on säädelty ja valvottu lain voimin ja väärästä asusta on voinut saada rangaistuksen. Tosin käytäntö on yhä pitää pintansa esimerkiksi Saudi-Arabiassa (Suomen suurlähetystö). Vaikka länsimaissa lakipykälillä ei ole pukeutumisen kanssa tekemistä, pitävät kyllä muut tahot siitä huolen. Tästä kertoo median loputon julkisuuden henkilöiden asuvalintojen ruotiminen ja välillä jopa raivokkaat tai ilkeät kommentit asuja kohtaan. Tästä kertoo esimerkiksi Suomessa Linnan juhlien jokavuotinen jälkipyykki illan asuvalinnoista. Pelkäksi materiaiksi vaatteet pystyvät aiheuttamaan voimakkaitakin reaktioita ja laajaa keskustelua.

Vuonna 2012 tehty pieni tutkimus muodista ja sukupuolesta osoitti pukeutumisen merkityksen sukupuolen ilmaisussa. Tutkimuksessa esitettiin 19 muotikuva. Osallistujien tehtävä oli arvioida omia tuntemuksiaan kuviin liittyen sekä, pitivätkö he tyylistä



Kuva 5: Lady Gagan lihamekko aiheutti vuonna 2010 kohun.



Kuva 6: Saman vuoden Linnan juhlissa kirjaili Pirkko Saisio aiheutti paheksuntaa pukemalla housut ylleen. Toinen asu aiheutti tyrmistystä eettisyyden, toinen etiketin rikkomisen vuoksi.



vai eivät ja miten he arvioivat kuvissa olevan henkilön feminiinisuuden tai maskuliinisuuden hänen ulkomuotonsa perusteella. Kuvissa olevat tyylit vaihtelivat tiukan klassisesta ns. "outoon" tyyliin. Tutkimukseen osallistui 4 naista ja 4 miestä, eli yhteensä 8 ihmistä. Ryhmä koostui neljästä nuoresta aikuisesta (25–30-vuotiaista), kahdesta keski-ikäisestä (n. 40-vuotiaita) ja kahdesta vanhemmasta henkilöstä (50–60-vuotiaista). Yksi tutkimuksen löydöksistä oli se, että osasta kuvista kukaan osallistujista ei tunnistanut henkilön oikeaa biologista sukupuolta ja nämä henkilöt eivät olleet transvestiitteja. Tämä kielii vaatetuksen vahvasta roolista sukupuolisen ulkomuodon luomisessa. (Arvanitidou ja Gasouka, 2012)

Kuten aiemmassa kappaleessa puhuin maskuliinisuudesta ja feminiinisyydestä ja niiden ilmenemisestä, heijastuu se vahvasti myös miehen ja naisen asuun. Pukeutumisen koodisto ei eroa muista sukupuolen ihanneominaisuuksista, sillä erotus siinäkin tehdään vastakohtien kautta: Miehen puku ei voi olla sitä mitä naisen puku on. Kuitenkin siinä missä maskuliiniset ja feminiiniset luonteenpiirteet eivät välttämättä näy ulospäin, on pukeutuminen ja ulkonäkö taas näkyvä tapa korostaa ja kumpaa sukupuolta ihminen edustaa. Susan B. Kaiser (2014, 131) toteaaakin että keho ja vaatteet ovat avaintekijä sukupuolen esittämisessä. Juuri tämä seikka tekee pukeutumisesta tiukasti rajatun. Pukeutuminen sukupuolen antaman mallin mukaan on niin syvään juurtunut ihmisiin, että harvoin sitä edes kyseenalaistetaan. Pukeutumista pidetään oleellisena osana sosiaalisen ryhmän eli sukupuolen ilmaisemisessa, jolloin se viestii ympäristölleen tervetä ymmärrystä omasta sukupuoliroolista ja seksuaalisuudesta (Kärkkäinen 2011: 18). Myös Sipilä tekee huomautuksen asiaan liittyen. Hän huomauttaa että tautiluokkien joukossa on omat luokkansa vastakkaisen sukupuolen asuihin pukeutuvalle henkilölle ja se osoittaa kuinka "oikean" sukupuolen esittäminen on osa mielenterveyttä (1998: 70). Maailma on pääosin määrittynyt (hetero)miesten kautta, joten terveen sukupuoliroolin oletetaan vastaavan biologisen sukupuolen ilmentämistä ja terve seksuaalisuus taas heteroseksuaalisuutta. Kun ihminen pukeutuu oman sukupuolensa vastaisesti, hän nousee julkisesti ja näkyvästi vastustamaan sukupuolirooliaan ja näin ollen uhmaa koko kaksijakoista sukupuolijärjestelmää ja tekee omasta täyspäisyydestään kyseenalaisen. Tämä yleensä aiheuttaa suuren määrän hämmennystä muissa kanssaihmisissä.

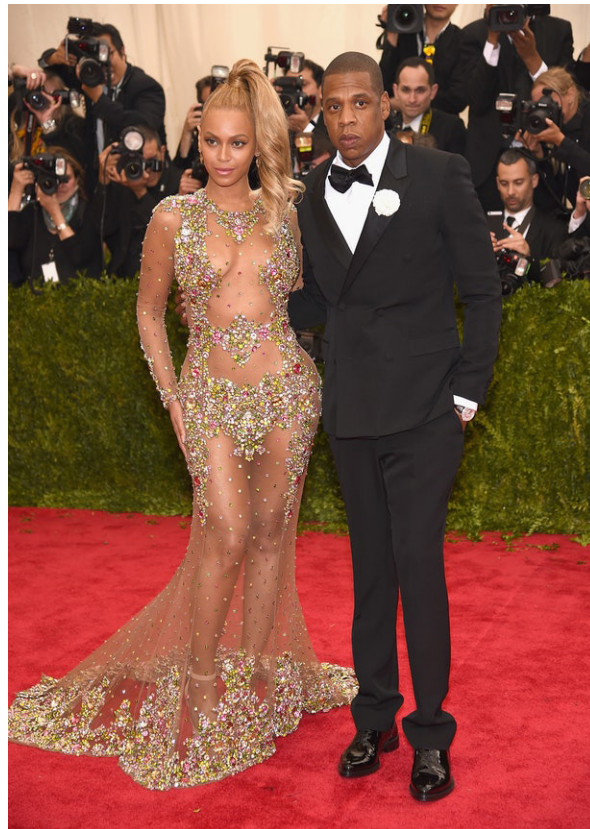
## Vaate ja sukupuoli

Miehen korkean yhteiskunnallisen aseman vuoksi miehen puvusta tuli vallan ja voiman symboli. Pukua voidaankin pitää suorana vertauskuvana maskuliiniselle vallalle: Se on pysynyt lähes muuttumattomana eikä se salli itsessään feminiinisyyttä. Pysyäkseen kaukana feminiinisyydestä, miehen asu ei pyri erottautumaan muista miehistä eivätkä miehet yleensä pyri tuomaan itseään esille vaatetuksen kautta. Samankaltaisuus tekee miehistä yhden vahvan, henkisesti samanlaisen ryhmän. Sipilä. (1998, 64) tuo ilmi, että juuri erilaiset pukujuhlat ovat sukupuolierottelun symboleja. Miesten pukeutuminen on tiukkaa ja yhdenmukaista, toisin kuin naisilla. Tosin mielestäni tätä voi soveltaa kaikenlaiseen miesten pukeutumiseen, oli kyseessä sitten vaikkapa työpukeutuminen tai vapaa-ajanpukeutuminen. Tarvitsee vain vilkaista miesten vaatekauppoja: Valikoimissa on loputon määrä erilaisia muunnelmia samoista vaatekappaleista. Naisten vaatteet

taas vaihtelevat niin värillisesti, materiaalillisesti kuin leikkauksellisesti. Naiset pystyvät erottautumaan ja ilmaisemaan itseään, koska feminiinisyys sallii laajemman kirjon vaihtoehtoja, niin pukeutumisessa kuin henkisissäkin ominaisuuksissa.

Maskuliinisuudella ja feminiinisyydellä on myös rooli vaatteiden leikkauksessa ja materiaalissa. Koska miehen ajatellaan olevan voimakas ja aktiivinen osapuoli, on myös hänen pukunsa räätälöity luomaan illuusio siitä. McDowell (1992: 173) kertoo että puku luo miehelle metsästäjän siluetin: Leveät hartiat, kapean lantion ja hoikan vyötärön. Naisen asu yleensä mukailee naisellisia muotoja ja sallii paljastavuuden ja sisältää enemmän yksityiskohtia. Siinä missä miehen puku pyrkii luomaan kuvan maskuliinisesta ihannevartalosta, naisen puku taas näyttää heti mitä on tarjolla. Miehen puvun yksinkertaisuus ja selkeys piilottaa miehen yhteen samaan massa, kun taas naisen puvun paljastavuus ja välillä rikaskin määrä yksityiskohtia haastaa katsomaan asua. Tämä voidaan nähdä heijastuksena siitä että naisen kuuluisi olla passiivinen, kaunis ja miehen silmänilona, sillä kuten Sipilä (1998: 166) tuo esiin että vartalon julkinen esittely ja katseen kohteena oleminen on liitetty naiseen kulttuurissamme. Tästä täydellinen esimerkki on kuva 7.

Materiaalilla on suuri vaikutus vaatteeseen ja siihen miten näemme vaatekappaleen. Miesten vaatteissa kankaat ovat yleensä jäykkiä ja painavia, kun taas naisten vaatekankaat ovat kevyempiä ja



*Kuva 7: Muusikkopariskunta Beyoncé ja Jay-Z vuonna 2015. Kuva on täydellinen esimerkki sukupuolittuneesta pukeutumisesta. Jay-Z:n hyvin räätälöity puku korostaa hartioita ja kaventaa vyötäröä, kun taas Beyoncéen koristeellinen iltapuku paljastaa hänen koko vartalonsa .*

laskeutuvimpia. Vertailu on helppo tehdä katsomalla miesten ja naisten kauluspaitoja. Miesten arkikauluspaidat ovat yleensä valmistettu jämkästä kankaasta, kun naisten vastaava on yleensä tehty kevyemmästä ja laskeutuvista kankaista (Katso kuvat 8 ja 9). Roland Barthes (1983: 58) kuvaakin että kevyet kankaat symboloivat kevyttä, kaunista ja kevytmielistä identiteettiä kun taas painavat kankaat symboloivat järeää, arvovaltaista ja vakavaa identiteettiä.

Siinä missä naisten muoti on aina ollut enemmän tai vähemmän epäkäytännöllistä, sekä nopeasti muuttuvaa on taas miesten muoti syntynyt tarpeesta ja käytännöllisyy-



*Kuva 8: Naisten kauluspaita on malliltaan laskeutuvampi ja sen pääntie on suurempi kuin miesten kauluspaidassa.*



*Kuva 9: Miesten kauluspaita on jäykempi ja räätälöity.*

destä. Monet miesten vapaa-ajanvaatteiden juuret löytyvätkin sota – tai urheilumaailmasta. Tällainen vaatekappale on esimerkiksi trenssitakki. Trenssi suunniteltiin alun perin vaatteeksi sodankäyntiin, mutta lopulta se siirtyi tavallistenkin miesten ylle arki käyttöön ja lopulta myös naisille (BBC).



Kuvat 10 ja 11: Ikoninen Burberryn trenssi. Kuvien välillä on 100 vuotta, mutta moni asia ei ole muuttunut.



## Lampaat suden vaatteissa

”Girls can wear jeans and cut their hair short and wear shirts and boots because it’s okay to be a boy, for girls it’s like promotion. But for a boy to look like a girl is degrading, according to you, because secretly you believe that being a girl is degrading.”

– Kirjasta ”The Cement Garden”

Kuten jo aiemmin kerroin, maskuliinisuuden ja feminiinisyyden suhde on vieläkin epätasainen. Maskuliinisuus nähdään vieläkin dominoivana ja parempana ominaisuutena, kun taas feminiinisyys koetaan osaltaan vieläkin heikompana tai vähempiarvoisena. Tämä epätasainen valtasuhde heijastuu myös pukeutumiseen.

Kun naisille avautuivat ovet miehiseen maailmaan ja ominaisuuksiin, vapautui myös heidän pukeutumisensa. Naiset pystyvät ilman ongelmaa käyttämään housuja, pukuja ja muita miesten vaatekappaleita. Lönqvist (2008: 81) kertoo naisten aseman muuttumisen 1900-luvulta lähtien sekoittaneen sukupuolten välistä roolipeliä ja tehneen länsimaisesta pukeutumisesta yhdenmukaisempaa. Voisin kuitenkin sanoa että pukeutumisesta on tullut yhdenmukaisempaa maskuliinisuuden mittapuulla. Siinä missä naiselle sallitaan loputon määrä vaihtoehtoja iltapuvuista housupukuihin, on miehen pukukoodi armottomampi ja tiukempi. Kärkkäinen (2011: 14) alleviivaakin että



Kuva 12: Ruotsin Prinssi Carl Philip häpäpäivänään merivoimien juhlapuvussa.

naisten pukeutuminen on aina ollut sallivampaa ja tilannekohtaisempaa, koska naisen arvostus ei ole yhtä vahvasti asuun sidottua kuin miehellä. Ehkäpä juuri tämän takia miehen pukeutumista naiseksi pidetään länsimaaisessa kulttuurissa hauskana, koska tällöin mies vapaaehtoisesti hylkää puvun tuoman järkevän ja arvovaltaisen roolinsa, ja astuu tunteellisen ja heikon naisen rooliin. Mikäli taas nainen pukeutuu pukuun, hän varastaa miehen puvun vallan. Näin ollen miehellä on enemmän hävittävää ja naisella taas enemmän saavutettavaa.

Koska miehen asu on tiukasti rajattu, ei siinä poikkeavuuden tarvitse olla edes kovin suuri: Se voi olla joku tietty väri tai jopa kravatin kuvion joka tekee kontrastin perinteiseen maskuliinisuuteen. Poikkeamalla maskuliinisesta pukeutumiskoodista ja ottamalla etäisyyttä siihen, mies luopuu asunsa tuomasta vallasta ja eriytyy samalla koko miesryhmästä. Toki poikkeuksiakin on: McDowell (1998, 37) nostaa esimerkiksi armeijan: Armeijan univormut ovat yleensä koristeellisia ja yksityiskohtaisia (ks. kuva 12), mutta tämä sallitaan koska ympäristö itsessään on miehekäs. Näin mies pystyy kompensoimaan sillä ”feminiinisyyttään”.

Pukeutumisella on suuri osa sukupuolen sekä maskuliinisuuden ja feminiinisuuden ilmaisussa ja välittää vahvan viestin molempien sukupuolten henkisestä mentaliteetista. On hassua miten olemme päättäneet mitkä asiat kuuluvat naiselle ja mitkä miehelle ja miten tiukasti pidämme niistä tiukasi kiinni. Jo Raamatusta löytyy kohta, joka käsittelee pukeutumista: ”Nainen ei saa pitää yllään mitään miehen asuun kuuluvaa, eikä mies saa pukeutua naisen vaatteisiin. Jokainen, joka niin tekee, on iljetys Herralle, teidän Jumalallenne” (Moos. 5:22). Syyt moiseen ajattelutapaan ovat toisaalta hakattu syvälle yhteiskuntaamme. En kuitenkaan näe mitään loogista syytä tälle jaolle. Ehkä ihmisiä pelottaa, etteivät tunnista enää vastakkaista sukupuolta jos pukeutumisen ominaispiirteet sotketaan keskenään tai että heteroseksuaalisuus katoaa kokonaan. Mielestäni nämä ovat kuitenkin naurettavia ja turhanpäiväisiä pelkoja. Ovathan naiset jo kauan pukeutuneet pukuihin ja housuihin, ja olen aika varma, että kenenkään seksuaalinen suuntautuminen tai koettu sukupuoli ei vaihdu vaatteiden mukana.

### 3.3 YHTEENVETO

Maskuliinisuus ja feminiinisyys ovat vahvoja ihmisten määrittämiä sopimuksia siitä millainen kummankin sukupuolen kuuluisi olla. Vaikka asiaa ei edes ajattelisi, tulee se silti ilmi – joskus jopa tiedostamatta – käytöksessä, asenteissa ja arkisissa asioissa. Nopea vilkaisu supermarketin kosmetiikkaosastolle paljastaa jaon: Naisten ja miesten suihkusaippuatkin on eritelty. Naisilla purnukat ovat vaaleita ja pyöreitä, miehillä taas tummia ja kulmikkaita. Taustalla varmasti piilee myös markkinointiin ja myyntiin liittyvät syyt, mutta se taas kertoo siitä miten tuotettuja ja tekemällä tehtyjä sukupuolen ihanteet loppuen lopuksi ovat.

Nämä ihanteet ja ominaisuudet varmasti ohjaavat osaa ihmisistä ja antavat selkeän kehyksen minkälainen kuuluisi olla ja mihin pyrkiä. Kuten kaikkien ihanteiden kohdalla,

ne tulevat ulkopuolelta ja oletuksena ovat että kaikki täyttäsivät saman ihanteen kriteerit. Tämä ajattelutapa rajoittaa ja estää yksilöä toimimasta hänen omalla haluamalla tavallaan. Totuushan on se, että emme koskaan pääse tilanteeseen jossa kaikki ihmiset täyttäsivät täysin ihanteen, eikä sellaista hetkeä tule koskaan olemaan.

Sukupuolen ihanteet ovat syvälle juurtuneita ja kestää varmasti hetki ennen kuin niistä päästään eroon. Toivon kuitenkin että maailmassa tapahtuva muutos ja käsitys sukupuolen monimuotoisuudesta tuhoaisi käsitteet ”maskuliininen” ja ”feminiininen” ja niiden tilalla alettaisiin puhua vain luonteenpiirteistä, sen sijaan että ne nähtäisiin sukupuolesta riippuvaisina ominaisuuksina.

## 4. MIESTEN MUODIN HISTORIA



*Kuva 13: Ruotsin kuningas Kustaa III veljiensä kanssa vuonna 1771. Tässä vaiheessa miesten vaatteet olivat vielä värikkäitä, koristeellisia ja runsaita.*

### 4.1 1800-LUKU JA UUSI MIES

1800-luvulla miehen puvun koodi määritettiin uusiksi ja tämä koodi on jäänyt elämään tähän päivään saakka. Suurin muutos pukeutumisessa oli se, että naisten ja miesten vaatteet erkaantuivat toisistaan. Tätä muutosta kutsutaan nimellä The Great Masculine Renunciation (termille ei ole omaa suomenkielistä vastinetta). (McDowell 1992, 34)

Muutos pukeutumisessa juontaa juurensa Lontoon. 1800-luvulla yläluokkaa kiinnosti vähenevissä määrin elämä muodikkaassa Lontoossa. Voimakkaat muutokset yhteiskunnassa, teollistuminen, keskiluokan nousu ja kaupungistuminen vaikuttivat vääjäämättä myös pukeutumiseen. Tehdäkseen eron kasvavaan keskiluokkaan, ylä-



luokka pakeni omistamilleen maa-alueilleen. Maan omistamisesta tuli uusi sosiaalisen vallan merkki. Yläluokan aiemmin käyttämät asut olivat hienostuneita, mikä oli suoraa seurausta siitä, että elämästä yleensä nautittiin sisätiloissa tai keinotekoisesti luoduissa ulkotiloissa. Tällöin vaatteiden materiaalienkaan ei tarvinnut kestää ulkoilman asettamia vaatimuksia. Tämä vaatetus ei tietenkään sopinut yhteen uuden maaseutuelämän kanssa ja syntyi tarve uudelle asulle. (McDowell 1992, 35–36).

Uusi maaseudun herrasmies käänsi selkänsä koristeellisuudelle ja vaihtoi asunsa käytännöllisempään ja selkeämpään pukuun. Yläluokan sanellessa muodin, myös keskiluokkaisen miehen puku yksinkertaistui. Yksityiskohtaisempi, koristeellinen puku alkoi menettää hohtoaan valtavirran keskuudessa ja koristeellista pukua käyttivät lopulta enää vain omistautuneimmat muodin seuraajat, jotka alkoivat korostaa pukunsa koristeellisuutta naurettavuuteen saakka. Ahkerasti työskentelevä keskiluokka halveksi vetelää yläluokkaa ja näki heidän koristeellisen pukunsa typeränä ja omahyväisenä. Lopulta kirjailijat ja satiirikot antoivat koristeelliselle asulle kuoloniskun kuvaillessaan siihen pukeutuvia miehiä feminiinissä ja epämiehekkäinä. (McDowell 1992, 36).

1800-luvulla koko elämäntyyli muuttui, ja puku muuttui sen mukana. Keskiluokkaisen miehen työt teollistuivat 1800-luvulla ja tämä uusi käytännöllinen elämäntapa vaati uuden asun, muttei kuitenkaan eleganttiuden hylkäämistä. Laatu ja yksinkertaisuus korvasivat aiemman yltäkylläisen, koristeellisen asun. Muodin muutos ei ollut syy, vaan seuraus uudesta elämänsenteesta. Keskiluokka näki työnteon tärkeänä ja painotti koulutuksen merkitystä yhteiskunnassa ja yläluokkainen etuoikeus menetti voimansa. Koristeellisen miesten muodin tappoi keskiluokan uusi asenne, ei tarve uusille vaatteille. Naisille koristeellisuus sallittiin. Se oli ikään kuin miehen antama lohdutuspalkinto yhteiskunnan ulkopuolelle jättämisestä. Vaikka miehen asu ottikin askeleen käytännöllisempään suuntaan, ei korkeita ja jäykkiä kauluksia sekä tiukkoja liivejä voi kuitenkaan kutsua käytännölliseksi. Asu oli kuitenkin selkeämpi edelliseen verrattuna. Vaikka päiväasu muuttuikin, säilytti miehen ilta-asu jonkin aikaa sen aiemman runsauden. (McDowell 1992, 35–61, BBC).



*Kuva 14: Uusi ja selkeä tyyli hylkäsi koristeellisuuden ja miehen puku sai uuden suunnan. Kuvassa George Bryan Brummel, jota voidaan pitää uuden tyylin kulminoitumana.*

## 4.2 1900-LUVUN ALKU

1900-luvun alun miesten pukeutuminen voidaan jakaa kahteen eri leiriin: Kalliisiin mittatilausvaatteisiin ja halvempiin, massatuotettuihin valmisvaatteisiin, jotka kopioivat mittatilausvaatteita. Vaikka materiaalin laatu ja leikkaus erottivat nämä kaksi toisistaan, pukeutumisen säännöt – mitä puettiin, milloin se puettiin ja tärkein, miten se oli puettu – tekivät miehestä herrasmiehen. (Constantino 1997, 6).

Musta pitkä päällystakki (eng. *frock coat*) ja musta silkkinen silinteri olivat herrasmiehen ”oikea” asu kaikkiin sosiaalisiin tapahtumiin päiväsaikaan. Normaali päivänä herrasmiehen oli sopivaa osallistua tapahtumaan tweedpuvussa, mutta kuninkaallisten ollessa paikalla, oli musta asu ainut oikea. Pitkä päällystakki kuitenkin menetti muodikkutensa vuosisadan vaihteessa ja sen tilalle tuli sakettitakki (eng. *morning coat*) Tosin keskiluokka säilytti jonkin aikaa päällystakin pyhävaatteenaan. Tällöin se siirtyi arki-vaatteesta juhlavaatteeksi. (Constantino 1997, 8–9).

Sakettitakkia käytettiin joko mustien tai harmaiden (yleensä pystyraidallisten) housujen kanssa ja se oli suosittu, koska se oli puoliksi virallinen asu. Tämän takia sitä pystyttiin käyttämään aamuisin sekä iltapäivisin. Tästä huolimatta yleisin kaupunkipuku oli tumma puku (eng. *lounge suit*). Tämä puku oli myös nykyaikaisen bisnespuvun edeltäjä. Puvun takki oli leikattu suoraan (eikä se kaventunut vyötäröltä) ja hartialinja oli leveä. Takissa oli pienet takinkäänteet ja neljä nappia. Takin kanssa käytettiin yleensä kapeita housuja. Vuoteen 1910 mennessä siitä tuli urbaanin keskiluokan ja alempien luokkien univormu. Teoriassa yläluokka olisi käyttänyt pukua vain kaikista rennoimmissa tapahtumissa. (Constantino 1997, 9–10).

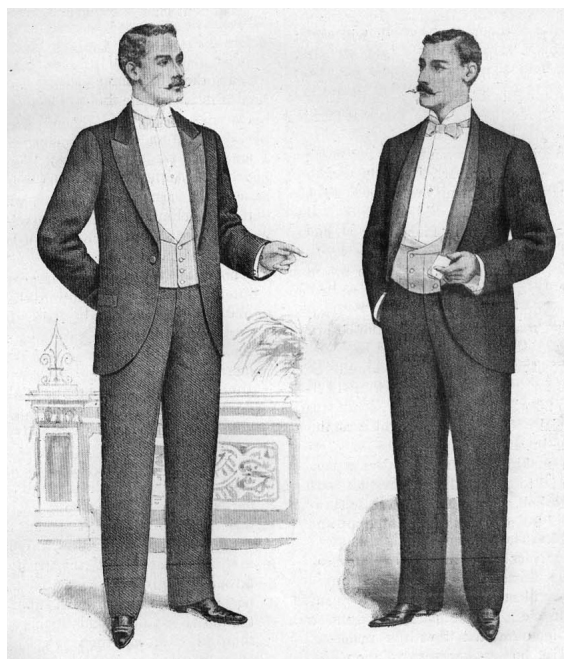
Tyylikkään takki tähän aikaan kaupungille oli chesterfield-takki (eng. *chesterfield coat*). Kaupunki ja maaseudulle sopivin malli oli ulsteri (eng. *ulster*). Väljästi istuva, pohjemitainen tweed-takki tai viitallinen MacFarlane-takki. Myös sadetakki kehittyi trenssitakin malliin ja siitä tuli suosittu. (Constantino 1997, 10).

### Puvun valta

Puvun saapumisella oli suuri vaikutus miesten muotiin ja sillä oli vaikutus myös muuhun iltapukeutumiseen: sen vaikutuksesta syntyi smokkitakki. On epäselvää, missä olosuhteissa se syntyi, koska teorioita on useita. Oli sen lähtökohta mikä tahansa, pidettiin sitä aluksi enemmän arkivaatteena. Vasta myöhemmin 1900-luvun kuluessa se alkoi muuttumaan muodollisemmaksi. Smokkitakki oli aina musta ja sitä käytettiin epävirallisilla päivällisillä, yksityisissä juhlissa ja teatterissa. (Constantino 1997, 11).

Monille kuitenkin ainoana iltasuna säilyi pitkään musta hännystakki, musta tai valkoinen liivi, valkoinen paita ja valkoinen kravatti, mustat housu ja mustat kiiltonahkaiset kengät. Ensimmäisen vuosikymmenen aikana smokki ei täysin korvannut hännystakkia, mutta jälkimmäisestä tuli kuitenkin myöhemmin juhla-asu vain kaikista muodollisimpiin tilaisuuksiin. (Constantino 1997, 11–12).

1910-luvulla työ vaati ulkoasun, joka oli vakava ja jossa maskuliinisuus oli hallitsevaa. Puku menetti vanhat siteensä vapaa-aikaan ja koska se oli käytännöllinen ja monikäyttöinen, tuli siitä modernin bisnespukeutumisen perusta ja vaatekaapin kulmakivi työssä käyville miehille. Puku oli saatavilla tummissa, neutraaleissa väreissä, ja sen yksinkertaisuutta pystyttiin vähentämään kravatin valinnalla. Kravatin valinnassa täytyi pystyä harkintakykyyn, sillä liika koristeellisuus aiheutti epäilyksiä ja sitä pidettiin uhkana maskuliinisuudelle. (Constantino 1997, 20–21).



Kuva 15: Smokkimuotia vuodelta 1898.

Bisnespuvun perustaa lujitti kasvava valmisvaateteollisuus. Teollistumisen myötä syntynyt ompelukone ja kankaanleikkukoneisto mahdollistivat vaatekappaleiden massatuotannon, joiden tuotantoon ennen oli vaadittu räätäli. Vaatetehtaiden saapuminen loi jaon arvostettujen räätäleiden ja uusien tavallisten ja perustaitavien valmistajien välille. Vaikka massatuotannon toi muodin kaikkien sosiaaliluokkien saatavaksi, pystyi luokan silti päättelemään kankaanlaadusta, leikkauksesta ja viimeistelystä. (Constantino 1997, 22–23).

## Uusia tuulia

Tiukalle ja vakavahenkiselle bisnespukeutumiselle tuli haastaja, kun nuoret eivät halunneet enää näyttää samalta kuin itsevaltaiset isänsä. Nuorempi sukupolvi keksi itselleen kokonaan uuden ja modernimman imagon. 1910-lukua kuvaa nopeutuminen ja hullaantuminen autoista, lentokoneista ja globaalista kommunikoinnista. Olikin aika, että miehen puku siirtyi uuteen aikaan. Taakse jäi vyötärötön, säkkimäinen 1900-luvun puku. Sen tilalle tuli yksirivinen takki, kahdella tai kolmella lähekkäin olevalla napilla, korkealla ja vähän kavennetulla vyötäröllä sekä kaltevilla olkapäillä. Takki puettiin kapeiden housujen kanssa, joissa oli käänne. Lahkeet oli leikattu lyhyeksi nilkan alta, jotta kengät näkyisivät amerikkalaiseen tyyliin. Tyyli oli niin suosittu, että harva valmistaja valmisti muita tyylejä. Samaan aikaan myös mieltymys pyöreämpään vartaloon katosi, kun uusi sukupolvi löysi urheilun ilot. (Constantino 1997, 24–25).

## 4.3 KUOHUVA 20-LUKU

Walesin prinssi Edward VIII oli oman aikansa tyyli-ikoni, kuten isoisänsä Edward VII. Vuonna 1920- Prinssi oli 26-vuotias, eli tarpeeksi vanha, että hänen pukeutumisensa huomattiin ja tarpeeksi nuori kapinoimaan hänen isänsä asettamaa muodolli-



Kuva 16: Walesin prinssi Edward ja pääministeri Lloyd George. Vaikka asut vaikuttavat identtisiltä, on Walesin prinssin asussa amerikkalaiset käännetyt kaulukset, epämuodollisesti solmittu solmia ja istuvampi puku. (Constantino 1997, 33)

suutta vastaan. Prinssistä tuli johtava esimerkki uuden sukupolven ajatusmaailmasta: Pukeudu pehmeästi. Suurin osa hänen vaatteistaan painotti mukavuutta ja liikkuvuutta: Villapuserot, pehmeät kaulukset ja leveät housut isoilla taskuilla. Pehmeys ei ainoastaan ulottunut vaatteisiin, vaan myös niiden materiaaleihin. Villakankaat olivat suosittuja, erityisesti eri kuoseilla, kuten raidoil-la ja ruuduilla. Toinen suosittu kangas oli flanelli. Alun perin sitä käytettiin lähinnä yö – ja alusvaat-

teissa, mutta 20-luvulla se levisi urheiluvaatteisiin. Pehmeiden lisäksi myös värit tulivat osaksi vaatekappausta. (Constantino 1997, 32, 43–46).

## Kauluskapina

Kaulus oli 1920-luvun suurin kiistelyn aihe miesten muodissa. Kuuluiko sen olla pehmeä ja kiinni paidassa, vai kova ja irrotettava? Kovan kauluksen kannattajat näkivät sen brittieleganssin viimeisenä suojelijana sotkuista ja arkista amerikkalaista tyyliä vastaan. Tähän aikaan Amerikan talous oli kasvussa, kuten myös sen vaikutus eurooppalaiseen kulttuuriin, joten syystäkin monet tunsivat itsensä uhatuksi. Kiistelyn kuitenkin voitti pehmeä kaulus ja siitä tuli osa jokapäiväistä pukeutumista. (Constantino 1997, 32).

## Urheilun vaikutus

Vuonna 1925 saapuivat Oxford bags-nimiset housut. Näitä housuja käyttivät englantilaiset yliopisto-opiskelijat. Oxford bagsit olivat leveät ja laskostetut ja ne korvasivat miesten aiemmin käyttämät kapeat housut. Tämä löysien housujen valtakausi kesti 30 vuotta, kunnes farkut löysivät paikkansa miesten vaatekaapissa. (Constantino 1997, 36).

Löysien housujen suosio kaupunkivaatteena johtui osaltaan myös urheilun suosion kasvusta, erityisesti golfin. Muodikkaat golf-housut olivat ”plus-foursit” (suom. plus-neljät). Nämä olivat versio polvihousuista, mutta lahje putosi neljä tuumaa polven alapuolelle, siitä myös nimi. Näiden housujen suosio johti sporttisempaan muotiin. Vaatteita ei pidetty enää vain urheillessa, vaan ne sopivat myös kävelyille puistoon, matkustamiseen ja nuoret käyttivät asua jopa kaupungilla. Suosiosta voi kiittää Walesin prinssiä, joka oli loistava golfari. Prinssi myös piti tilavista puvuntakeista ja ne



leikattiinkin suuremmiksi. Tämä oli tarpeellista myös sen takia, että prinssi mielellään käytti villapaitoja puvuntakkiensa alla. Prinssin myötä villapaidat tulivat muotiin, vaikka alun perin monet tavaratalot myivät sitä urheiluvaatteena. Urheilubuumi toi myös kaksi muuta vaatetta arkikäyttöön: tennisneuleen ja tennispaidan. Tämä René Lacosten tunnetuksi tekemä tennispaita on vieläkin suosittu. (Constantino 1997, 36–37.).

## Kuohumisen päättyminen

20-luvulla talous kukoisti ja tuotanto sekä kulutus olivat korkealla. Valitettavasti tämä taloudellinen turvallisuuden tunne oli lyhytkestoista. 20-luvun lopulla iski Wall Streetin pörssiromahdus ja puolet Amerikan pankeista joutui sulkemaan. Romahdus aiheutti ketjureaktion, joka syöksi koko maailman rajuun taantumaa. (Constantino 1997, 46).

Vaateteollisuus ja muotikauppa kamppailivat kutistuvan asiakaskunnan kanssa. 20-luvun nuoret kasvoivat 30-luvulle, jota varjosti, sosiaaliset, taloudelliset ja poliittiset myllerrykset. Nämä myllerrykset heijastuivat myös heidän vaatteisiinsa. (Constantino 1997, 46).

## 4.4 TYÖN TÄYTEINEN 1930-LUKU

Kuluttajien ja teollisuuden kohtaamat taloudelliset rajoitukset taantumana aikana loivat uuden pelkistetyn ja järkevän pukeutumisen trendin. Tämä tarkoitti, että pukeutumisen sosiaaliset rituaalit, kuten asun vaihtaminen useasti päivässä meni pois muodista. Jopa kaikista tyylikkäämpien miesten odotettiin menevän töihin tienaamaan elantonsa. (Constantino 1997, 47).

30-luvun vakavahenkinen bisnes heijastui myös miehen pukuun ja sen kehitykseen. Olipa se sitten yksi – tai kaksirivinen, puku oli väriltään tumma ja jopa värien nimet heijastelivat työn tärkeyttä: teräksenharmaa (steel grey), hiilenharmaa (charcoal grey) ja liuskeensininen (slate blue). Puvun tylsyyttä ja yksinkertaisuutta elävöitettiin kalanruotokuosilla, ruuduilla ja pystyraidilla. Pystyraidat pidentivät miehen siluettia. Kaikista tyylikkään kuosi kuitenkin oli Glen Plaid (Tai Prince of Wales Check) ja tämäkin kuosin suosios- ta saatiin kiittää tulevaa kuningas- ta, Prinssi Edwardia. Räätäleiden oli vaikea työstää kangasta, koska ruutukuosi piti kohdistaa kaikista saumoista oikein. Pienikin leikkaus – tai sovituserhe näkyisi selkeästi. Tämä teki puvuista kalliita ja vielä haluttavampia. Kuosi on myös hankala, sillä se tekee lyhyis-



Kuva 17: Walesin prinssi Edward VIII Walesin prinssin ruutukuosissa.

tä miehistä vielä lyhyempiä mutta imartelea pitkä, hoikka ja atleettista vartaloa. (Constantino 1997, 46–47).

Kiitos bisnespuvun, miehen kaupunkiasusta tuli yksinkertaisempi ja siihen ei enää pätenyt 1800-luvun etiketti. Uusi, kova ja moderni mies oli syntynyt. (Constantino 1997, 49)

## Maskuliininen muoto

30-luvulla Frederick Scholte, Walesin prinssin räätäli teki suosituksi leikkaustekniikan nimeltä "drape cut", toiselta nimeltään "London cut". Scholte oli ensimmäinen räätäli, joka käytti kuninkaallisten upseereiden univormujen räätälöinnin perusteita siviiliasuun. Hän ihaili upseereiden leveäharteista atleettista siluettia, varsinkin kun he käyttivät mantteleitaan. Nämä manttelit olivat leveäharteisia ja niissä oli vyö. Manttelin malli kapeni alaspäin. Tämä siluetti antoi kantajalleen kolmion mallisen vartalon. Nämä elementit oli jo liitetty maskuliiniseen profiliin aiemmin, mutta Scholten ammatti ja status antoivat siluettile sen valta-aseman Euroopassa ja varsinkin Amerikassa, jossa Walesin Prinssi oli miesten tyyli-ikoni. (Constantino 1997, 50–51)

## Rintakehiä ja leveitä hartioita

Edellisen vuosikymmenen pehmeys oli liian pehmeä, jopa naisellinen 30-luvun ilmapiiriin. Siluettista tuli kovempi ja kulmikkaampi ja siitä tuli maskuliinisuuden ruumiillistuma. Edellisellä vuosikymmenellä urheilun vaikutus oli jo tehnyt tehtävänsä miehen ruumiinrakenteelle ja edelleen leveät hartiat, suora selkä, kapea lantio ja litteä vatsa olivat ihanteena. Ruumiinrakenteen ideaalia ruokki myös Hollywoodin kasvava vaikutus. Monet miehet näkivät, mikä vaikutus entisellä Olympiatason uimari ja näyttelijä Johnny Weissmullerin treenatulla ylävartalolla oli naisiin. Weissmuller ei ollut ainoa, joka paljasti torsionsa: Myös Clark Cable otti paitansa pois vuonna 1934 elokuvassa *Tapahtui Eräänä Yönä* (*It Happened One Night*). Cablen paidan alla ei ollut hihatonta paitaa, jonka seurauksena 30 % Amerikan hihattomien paitojen myynnistä laski. Tenniskentän puolella amerikkalainen mestari Bunny Austin astui vuonna 1932 tenniskentälle Amerikan mestaruusotteluissa shortsit päällään. Tämä oli siihen aikaan ennenkuulumatonta. (Constantino 1997, 51–53)

Niille miehille, joilla ei ollut tai jotka eivät koskaan voineet saadakaan Gablen tai Weissmullerin vartaloa, olkatoppaukset ja istutetut hihat loivat illuusion tästä vartalosta. Tehokkain keino rinnan levittämisestä oli käyttää takkeja, joissa oli pystykäänne ja kaksirivinen napitus. Kaksiriviset takit ei-



Kuva 18: Bunny Austin  
shorteissaan

vät olleet miesten suosiossa ennen ensimmäistä maailmansotaa, mutta vähitellen kaksirivinen takki alkoi taistelemaan suosiosta sporttisen yksirivisen takin kanssa. 30-lukuun mennessä se oli miehisen eleganssin huipulla. Suosituimmassa mallissa oli suuret leveät käänteet, jotka kohtasivat laatikkomaisesti leikatut hartiat, kuusi nappia kahdessa rivissä ja halkio, joka ”halasi” lantiota. Kaksirivisen puvun kanssa käytettiin pitkiä, leveitä housuja, joiden tarkoitus oli antaa käyttäjälleen pitkä ja pylväsmäinen ulkoasu. (Constantino 1997, 53-55)

30-luvulla vetoketjut housuissa alkoivat myös yleistymään. Aluksi vetoketjuja käytettiin lähinnä matkatavaroissa, mutta myöhemmin lopulta Walesin Prinssi George ja muut aatelliset antoivat sille kuninkaallisen hyväksyntänsä käyttämällä julkisesti vetoketjullisia housuja. Monet miehet tosin aluksi epäilivät vetoketjun kykyä päihittää painovoima ja napilliset housut säilyivät toisen maailmansodan läpi. Vetoketjut levisivät muihinkin vaatekappaleisiin, kuten neuleisiin ja takkeihin ja niitä usein käytettiin koristeellisesti. (Constantino 1997, 55)

## Taantuma jää taakse

Vuonna 1933 Franklin Delano Rooseveltista tuli Yhdysvaltain 32. presidentti ja hän alkoi toteuttaa New Deal-nimistä poliittista ja taloudellista ohjelmaa, jonka tarkoituksena oli nostaa Yhdysvallat pois taantumasta. Vuonna 1935 alkoi näkymään merkkejä toipumisesta. (Constantino 1997, 55)

Miesten vaatetuksessa amerikkalainen tyylikkyys oli valloillaan, jopa siinä määrin että ”London cut” nimettiin uudelleen ”American cutiksi” ilman Savile Rown räätäleiden vastaan väittämistä. Amerikkalaisen tyylin yleinen hyväksyntä johtui Hollywoodin filmitelollisuudesta. Ero mies – ja naisnäyttelijöiden välillä oli se, että naisille yleensä suunniteltiin heidän puvustonsa, kun taas miehet käyttivät omia vaatteitaan ja räätäleitään. Tällöin heidän vaikutuksensa muotiin tapahtui nopeasti ja heti. Hollywoodin tähtinäyttelijöitä, kuten Fred Astairea, Gary Grantia ja Gary Cooperia ihailtiin ja kopioitiin laajasti. (Constantino 1997, 55).

Hollywoodilla oli myös vaikutus muodin ja yhteiskunnan suhteeseen: Enää alemmat luokat eivät seuranneet yläluokan asettamaa esimerkkiä, vaan ottivat inspiraationsa Hollywoodista. Tästä esimerkkinä on Scarface – Arpinaama elokuva. Elokuvan gangsterityyliä kopioivat monet työluokan miehet. Tämä kapina yleistä hyvää makua ja tyyliä vastaan kuitenkin keskeytyi kun toinen maailmansota alkoi. (Constantino 1997, 59).

## Ulkoilun ilot

Amerikkalainen muoti vaikutti myös kesäpukeutumiseen. Kiitos elokuvien ja lehtien, jotka näyttivät tähtien lomailevan aurinkokohteissa kesäasuissaan, muoti levisi Amerikasta Eurooppaan. Kuntoilubuumi ja ennen kaikkea halu ruskettuneeseen vartaloon muutti entiset Ranskan talvilomakohteet Rivieran, Cannesin, Nizzan ja Monte Carlon suosituiksi kesäkohteiksi. (Constantino 1997, 59).

Suosituin asu oli ”Palm Beach suit”, se oli joko yksi – tai kaksirivinen ja siinä oli pystykäänne. Suosio ei piillyt niinkään puvun leikkauksessa vaan materiaalissa. Se oli yleensä tehty kevyistä kankaista, kuten seersuckerista, shatung-silkistä tai pellavasta. Suosittu väri oli vaalea beige tai värjäämätön shatung tai pellava. Suosio oli suurta huolimatta siitä, että tarjolla oli uusia kevyitä keinokuitumateriaaleja. Takkeja käytettiin joko leveiden rantahousujen tai bermuda-shortsien kanssa. Kenkinä oli useimmiten purjehduskengät tai loaferit. (Constantino 1997, 59–62).

Lomailumentaliteetin lisääntyessä ihmiset tulivat vielä enemmän tietoisiksi vartaloistaan. Sen seurauksena suunnittelijat alkoivat muuttamaan uima-asua. 20-luvulla uima-asu oli ollut uimapuku, joka peitti miehen rintakehän. Miehet, jotka julkisesti paljastivat rintakehänsä, olivat vaarassa tulla pidätetyiksi. Vuoteen 1932 mennessä eurooppalainen villitys yksityisrantaan sai miehet heittämään paitansa pois. 1930-luvulla moni suunnittelija vastasi lain asettamaan haasteeseen suunnittelemalla uima-asuja, joissa yläosa oli kiinni alaosassa vetoketjulla, kun etiketti vielä hallitsi uimarantoja. Muutos tapahtui kuitenkin pian ja miehet hylkäsivät uimapaitansa lopullisesti ja suunnittelijat alkoivat muuttamaan alaosan muotoa. Uudet kankaat, kuten lateksi, lupasi-



Kuva 19: Kolme nuorta miestä peittävässä uima-asuissaan.



vat paremman vartaloa nuolevan istuvuuden, joka pysyi muodossaan vielä märkänä. (Constantino 1997, 62).

## 4.5 1940-LUKU JA SODAN VAIKUTUS

Toisen maailmansodan syttyessä vuonna 1939 miesten muoti pysähtyi. Aiemmin tapana ollut vaatteiden vaihto päivänajan mukaan loppui. Jopa brittien armeija lopetti käytännön kangaspulan ja kasvavan sotilasmäärän takia. (Constantino 1997, 64).

Aluksi kangaspula ei iskenyt Britanniaan ja Ranskaan, vaan Saksaan. Saksassa tilanne oli akuutein ja systeemi säännöstelyyn ja vaatekuponkeihin syntyi siellä. Vuonna 1941 käytäntö levisi myös Ranskaan ja Iso-Britanniaan. Vuonna 1942 molemmat maat ottivat käytäntöön uusia hankkeita pulan välttämiseksi. Ranskassa vaatteissa ei saanut olla enää laskostettuja taskuja tai laskostettua selkää, kaksiriviset puvut kiellettiin ja housujen taskujen määrä rajattiin yhteen ja lahkeensuu sai olla maksimissaan n. 27 cm leveydeltään. Käänteet kiellettiin kokonaan. Britanniassa työvoiman ja kankaan säästämiseksi vaatteista tehtiin yksinkertaisempia, nappien määrää vähennettiin, laskoksia ja hihanleveyttä supistettiin ja housujen käänteet poistettiin. Kaikkien vaatteiden täytyi olla tarpeellisia, eikä muotivillityksiä. Vaatteiden laatu oli kuitenkin huippuluokkaa: Niiden täytyi läpäistä kutistuma ja värinkestotestit sekä mikäli tarpeellista, myös vedenpitävyydestit. On hyvin todennäköistä, että vähittäiskaupan neuvosto pakotti vaatteiden valmistajat kiinnittämään erityistä huomiota vaatteiden laatuun koska kuluttajat ostivat vaatteita harvakseltaan, joten vaatteet vaativat kestävyyttä. Rajoitukset sallivat vain tietyn määrän hyväksytyjä vaatteidenvalmistajia, joten se esti uusien tulokkaiden saapumisen markkinoille ja poisti epäilemättä monia huonolaatuisempia tuottajia markkinoilta. (Constantino 1997, 64–68).

Amerikka ei jäänyt ilman pula-ajan vaikutuksia, vaan ne näkyivät sielläkin esimerkiksi villan käytön vähenemisenä. Villapulan iskiessä koko maailmaan, moni maa kääntyi keinokuitujen puoleen. Tosin uuden materiaaliteknologian ja sen vaikutusta muoti-maailmaan saatiin odottaa rauhan solmimiseen saakka.

## Zoot-puku

Säännöstelystä huolimatta kaksi miesryhmää säilyi uhmakkaana mitä tulee vaatekulttuuriin. Zoot-pukuun pukeutajat Amerikassa sekä Zazoutit Ranskassa. Sana Zoot juontaa juurensa 30-luvun urbaaniin jazz-kulttuuriin, vaikka erottuvan tyylin alkuperä on epäselvä. Tämän tyylin omaksuivat käyttöön nuoret mustat miehet Itä-Rannikolla ja Meksikolaiset maahanmuuttajat Kaliforniassa. Sen kuitenkin uskotaan syntyneen vuoden 1935 tienoilla Harlemissa jazz-yökerhoissa. (Constantino 1997, 69).

Zoot-puku koostui ylisuuresta, yleensä kaksirivisestä takista, jossa oli leveät topatut olkapäät ja leveistä housuista, jotka kapenivat nilkkaa kohden. Puku täydennettiin vielä kirkkaalla, kauniisti maalatulla kravattilla, värikkäällä taskuliinalla, leveällä hatulla ja taskukellolla. (Constantino 1997, 69).

Zoot-puvun tyyli näytti tarkoituksellisesti loukkaavan sodan aikaisia rajoituksia ja johti laajalle levinneeseen käsitykseen siitä, että Zoot-pukujen käyttäjillä olisi yhteys rikolliseen alamaailmaan ja että he olivat epäisänmaallisia asevelvollisuuden välttelijöitä. Tosiasiassa moni Zoot-pukuun pukeutunut oli laillisesti vapautettu armeijan palveluksesta joko lääketieteellisten syiden takia tai sen johdosta, että he olivat perheensä ainoa elättäjä. Tästä huolimatta heidän huima näkyvyytensä oli tarpeeksi aiheuttamaan jännitystä merivoimien tukikohdissa, jossa varusmiehet majailivat. Tämä aiheutti kapinoita ja yhteenottoja nuorten mustien, meksikolaisten ja varusmiesten kesken. Zoot-pukujen käyttäjät näkivät asunsa kannanottona etnisyytensä ja kapinana valkoista valtaa vastaan. (Constantino 1997, 69).

Vaikka tyyli kuolikin sodan edetessä, heidän käyttämänsä siluetti sai hienostuneemman muodon ja määritteli seuraavan vuosikymmenen tyylin: Leveäharteinen, pitkä, väljästi



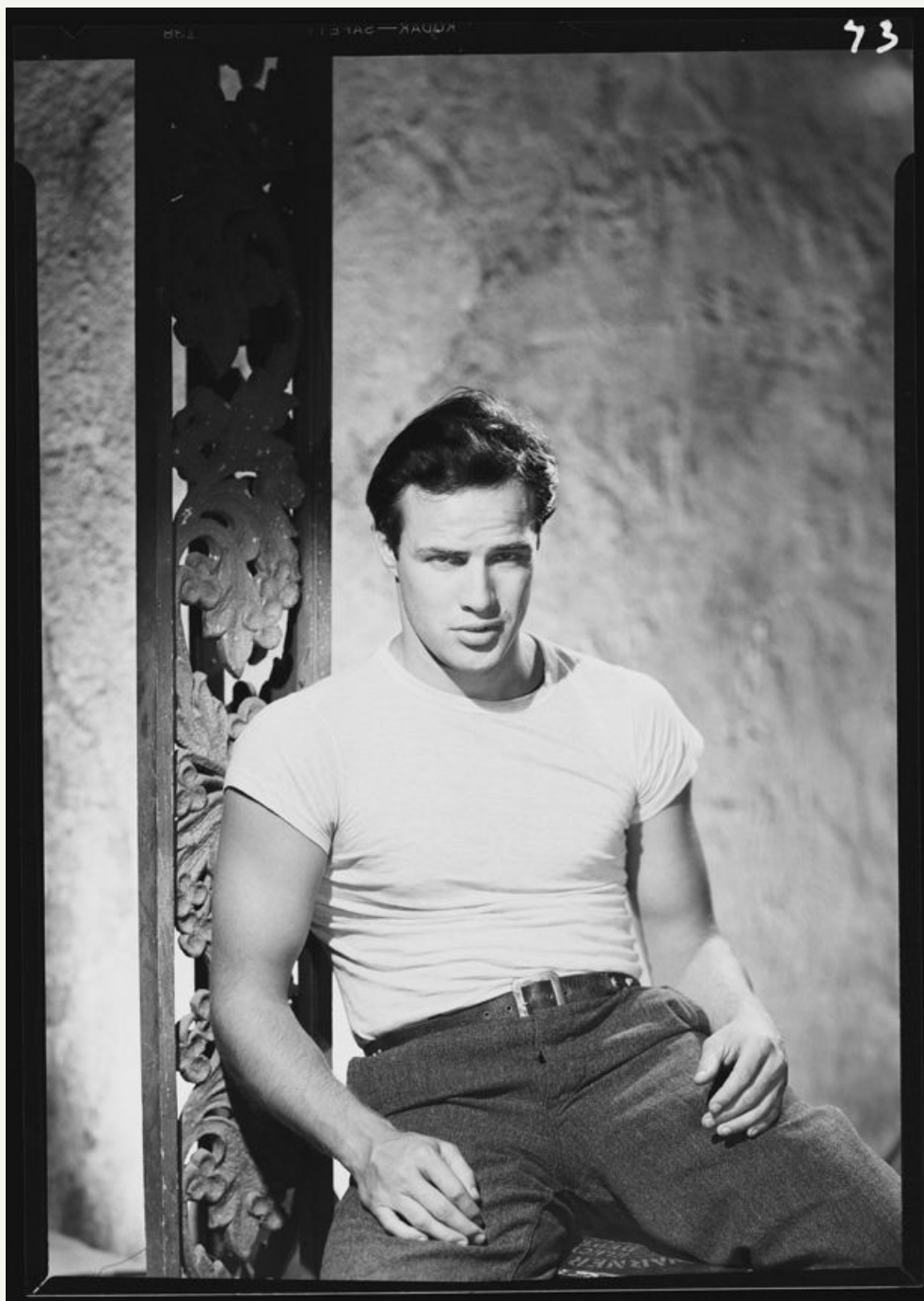
*Kuva 20: Sotilas tarkastelee kahta zoot-pukuun pukeutunutta miestä Yhdysvalloissa vuonna 1942*

istuvat ja korkeavyötäröiset, kapenevat housut jotka olivat tarpeeksi lyhyet paljastamaan kengät. (Constantino 1997, 71).

## Taistelusta tavallisuuteen

Sota on vaikuttanut laaja-alaisesti miesten muotiin. Moni vaate on sodan kautta päätynyt lopulta siviilivaatetukseen, kuten t-paidat, trenssit, pilottitakit, kipparitakit, chino-housut ja jopa Ray-Ban aurinkolasit. (Constantino 1997, 71).

Amerikka myi pois miljoonia kappaleita Armeijan vaatteita ja monelle miehelle tuli mahdollisuus ostaa esimerkiksi chinot. Tämä johti siihen, että näistä vaatteista tuli monen miehen arkivaatteita. 50-luvulla chinoista tuli suosittu college-opiskelijoiden keskuudessa, kun ne yhdistettiin loafereihin, villapaitaan ja tweedakkiin.



*Kuva 21: Marlon Brando muutti armeijan t-paidan arkivaatteiden klassikoksi.*

Monet suunnittelijat kuten esimerkiksi Calvin Klein ja Ralph Lauren ovat ottaneet inspiraationsa sota-ajan vaatteista tehden niistä omat tulkintansa. (Constantino 1997, 71–76)

## 4.6 TEINIEN VALLANKUMOUS JA 1950-LUKU

Toisen maailmansodan jälkeen Amerikasta oli tulossa suurvalta. Kun Euroopassa puhuttiin jälleenrakentamisesta ja elvyttämisestä sekä pommitettujen kaupunkien uudelleenrakentamisesta, Amerikassa puhuttiin talouden kääntämisestä. (Constantino 1997, 78).

Britanniaa vaivasi yhä puute perustarvikkeista, kuten leivästä ja bensasta ja säännöstelyä jatkettiin 50-luvulle saakka. Britanniaan verrattuna Amerika oli varakkaampi. Vuoteen 1947 mennessä Amerika tuotti puolet maailman tuotantomäärästä ja lähes kolme neljäsosaa maailman autoista. (Constantino 1997, 78).

Vähentääkseen Amerikan ja Euroopan välistä epätasapainoa, presidentti Harry Truman otti käyttöön Marshall-avun (The Marshall Plan). Vuoden 1948 alussa suunnitelma oli käyttää 17 biljoonaa dollaria neljässä vuodessa Eurooppaan ja vahvistaa sen taloutta. Apu ei ollut pelkkää hyväntekeväisyyttä, sillä ilman rahaa, vientimarkkinat voisivat kohdata taloudellisen romahduksen. Kaaos Euroopassa olisi saattanut aiheuttaa myös kommunismin nousun, joka oli täysin kapitalisen Amerikan omien intressien vastainen. Amerikan ase kylmässä sodassa ei ollut pelkästään ydinvoima: Se soti sitä laajentamalla omaa taloudellista, sosiaalista, poliittista ja taiteellista kulttuuriaan ulkomaille. (Constantino 1997, 78).

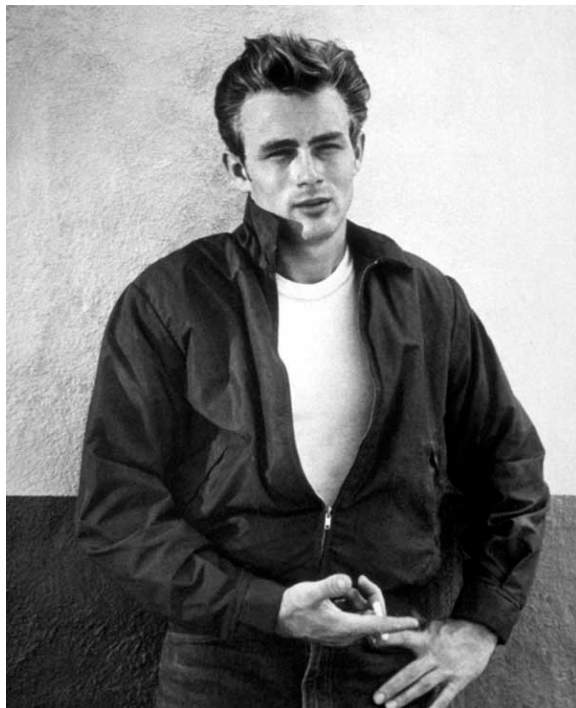
Sodan loputtua ja sotilaiden palattua kotiin, yllätyksettömästi syntyvyys kääntyi huiimaan nousuun. Tämän myötä saapui ilmiö nimeltä teinit. Ilmiö vaikutti suuresti tyyliin ja muodin markkinoihin ympäri maailman. (Constantino 1997, 79).

### Teinit muodin lumoissa

Terminä teini oli ollut olemassa jo 1800-luvulla, mutta ei ollut varsinasta käsitettä erillisestä nuorten ryhmästä. Tämän ryhmän uuden tyylin määräsi Elvis ja hänen kappaleensa Jailhouse Rock. Elviksestä tuli ihailtu ja paheksuttu idoli ja häntä on kiittäminen sinisten denimfarkkujen noususta. (Constantino 1997, 79–83).

Vaikka denim-kangas ei ollut ensimmäinen materiaali joka siirtyi työvaatetuksesta arkivaatteisiin, oli kuitenkin sen suuret markkinat nuorten keskuudessa uusi asia. Levi Strauss oli tehnyt farkkuja amerikkalaisille kaivostyöläisille ja cowboyille 1800-luvulta saakka ja farkkuja oli näkynyt elokuvissa, mutta ne nähtiin edelleen pelkkinä työhou-suina. 50-luvulla elokuvat kuten James Deanin tähdittämät Nuori kapinallinen (Rebel Without a Cause, 1955) ja Jättiläinen (Giant, 1956) sekä Marlon Brandon tähdittämä Hurjapäät (The Wild One 1953) tekivät farkuista, valkoisesta t-paidasta ja nahkatakista urbaanin univormun nuorille miehille. Elokuvien nimissä olevat kapinallinen ja hur-

ja olivat avainsanoja jotka määrittivät nuorten uuden tyylin. Nuorison vaatekaappi ei enää pitänyt sisällään pukuja, paitoja ja kravatteja ja farkut levisivät urbaanien teinien käytöstä kaikkien käyttöön. 1970-luvulla farkut olivat kaikista yleisin vaatekappale ja



*Kuva 22: James Dean elokuvassa Nuori kapinallinen.*

80-luvulla designerfarkkujen saapuminen nosti housut kulttiasemaan. (Constantino 1997, 83–84).

Farkut levisivät urbaanien teinien käytöstä kaikkien käyttöön. 1970-luvulla farkut olivat kaikista yleisin vaatekappale ja 80-luvulla designerfarkkujen saapuminen nosti housut kulttiasemaan. (Constantino 1997, 83–84).

## Miehen tyyli rentoutuu

50-luvulla nuoret eivät olleet ainoita, jotka kapinoivat. Monet vanhemmat miehet tajusivat, ettei elämä tule olemaan koskaan enää samanlaista ja jättääkseen sodan taakseen, he ottivat käyttöönsä vähemmän muodollisen puvun. Elävöittääkseen pukunsa tylsyyttä ja loputtomia khakisia armeijan vaatteita, monet miehet alkoivat käyttää koristeellisia kravatteja. (Constantino 1997, 84).

Zoot-puvusta tehty hienostuneempi väljä siluetti kesti 50-luvun puoliväliin. Siluetti sai lisää suosiota, kun sitä käyttivät amerikkalaiset elokuva – ja urheilutähdet. Siinä missä



naisilla oli Diorin "New Look", oli miehillä "Bold Look". Räätälit ja valmisvaatevalmistajat tukivat Zoot-pukua, varsinkin koska 50-luvulla puvuntakki oli lähellä kadota. Yllättäen tämä johtui miesten tavasta käyttää kauluspaitoja. Nuoret miehet olivat ensimmäisiä, jotka jättivät takin pois ja paidan helmat housujen ulkopuolelle. Helman valloitus alkoi 1940-luvun lopussa Havaiji-paidan muodossa. Siinä oli villi, kirkas printti sekä väljä istuvuus. (Constantino 1997, 85).

Vaikka takit olivat pakollisia töissä, niitä pehmennettiin puolivuorilla. Kevyt kangas ei ollut enää merkki laadusta ja miesten pukeutumiseen saapuivat uudet kevyet ja hengittävät kankaat. Hengittävä kangas eristi ja tuuletti kehoa merinovillan kudontatavan avulla. Kangas myös säilytti muotonsa rypistymättä. Materiaali oli kuitenkin kallista, joten se rajoittui lähinnä luksus- ja mittatilausvaatemarkkinoille. Valmisvaateteollisuudessa innovaatiot tulivat synteettisten petrokemiallisten kuitujen muodossa, kuten Dacronin, Orlonin ja Dralonin. Kaikki nämä olivat kevyitä, pitivät muotonsa, eivätkä rypistyneet, kun ne sekoitettiin 45 % villaan. Ikuisesti kestävien prässien ja suorien paitojen aika oli saapunut. Näitä vaatteita markkinoitiin yleensä naisille, koska ne säästivät heidän työaikaansa, mutta miehille vaatteissa oli muutama varjopuoli: Vaatteet saattoivat olla epämukavia. Nylon-paita saattoi aluksi olla viileä kesäpäivänä, mutta lopulta tuntui siltä kuin olisi ollut saunassa ja useasti nämä vaatteet oli leikattu huonosti. Lisäksi housuissa olevat prässit eivät kestäneet kuitenkaan ikuisesti. Housut tarvitsivat uudelleen prässäyksen jossain vaiheessa, ja yleensä ne paloivat tai sulivat liian kuuman raudan alla. Tästä huolimatta keinokuidut olivat saapuneet miesten vaatteisiin ja lopulta ne löysivät tiensä vapaa-ajan vaatteiden kautta jopa pukuihin. (Constantino 1997, 87–89).

## Amerikkalainen tyyli saa saappaasta

Amerikalla oli haastaja 50-luvulla, nimittäin saapasvaltio Italia. Kolme kaupunkia määritteli miesten pukeutumista: Napoli oli tunnettu kirkkaasta ja prameasta tyylistään, Milano englantilaistyylistä räätäleistään ja Rooma jossa koulutettiin Italian parhaat räätälit. (Constantino 1997, 90).

On useita syitä, miksi Italialaisesta tyylistä tuli kansainvälisesti haluttua. Ensimmäisenä syynä on pula-aika. Italiassa näytti olevan loputon määrä luksustuotteita, varsinkin tekstiilien osalta. Italiassa oli vähän jos ollenkaan tekstiilien säätelyä. Toinen syy oli, että tuotteet olivat halpoja, niin myynnin kuin valmistuksenkin kannalta. Työnantajat pystyivät pitämään palkat pieninä, koska Italian ammattiyhdistysten asema oli heikko tuohon aikaan. Viimeisenä italialaisilla tuotteilla oli perinteisen käsityötaidon maine. Maine ei tosin ollut tae laadusta ulkomailla. Valmistajat Biellassa, Italian tekstiilialan pääkaupungissa, ratkaisivat ongelman lyöttäytymällä yhteen räätäleiden kanssa esitelläkseen italialaista laatua ja tyyliä. (Constantino 1997, 92).

50-luvun tyylikkääät italialaiset poistivat kaikki jäljet edellisestä tyylihistoriastaan – eli musta-ruskean fasistisen univormun – ja kehittivät itselleen uuden ilmeen. Tämä uusi ilme koostui kapeista housuista (housut imitoivat farkkuja, eikä niissä ollut laskoksia), kapeakärkisistä kengistä tai loafereista ja roomalaisesta puvun takista. Roomalainen

puvuntakki oli tarpeeksi lyhyt skootterilla ajeluun, sillä sen helma ei koskettanut istuinta ajaessa. (Constantino 1997, 92).

Italialaisella muodilla oli kansainvälinen vaikutus, kun Italian teollisuus huomasi mahdollisuuden tarjota vaatteita kasvaville valmisvaatemarkkinoille. Joka vuosi valmistajat



Kuva 23: Brionin luonnos vuodelta 1956

järjestivät kasvavissa määrin messuja ja yhä useampi britti ja amerikkalainen matkusti Roomaan lomailemaan. Amerikkalaiselle miehelle mannermaisesta tyylistä tuli vakavasti otettava haastaja Ivy League-tyylille ja sen harmaalle flanellipuvulle. (Constantino 1997, 92).

## 4.7 VÄRIKÄS 1960-LUKU

Jos Savile Row Lontoossa oli klassisen eleganssin temppeli, oli Carnaby Street 60-luvulla instituutti ja suosittu turistikohde. 60-luvulla miesten pukeutumisessa tapahtui vallankumous, josta käytetään termiä ”peacock revolution” (suom. *riikinkukkojen vallankumous*). (Constantino 1997, 94).

Carnaby Streetistä tuli Lontoossa Modien keskittymä. Mod-nimi tuli sanasta modernisti, ja heidän intohimonsa oli moderni jazz-musiikki, vastakohtana suosiossa olevalle perinteikkäämmälle New Orleansin jazzille. Modit pitivät myös rhythm and blues – ja soul-musiikista. Modien todellinen intohimo oli kuitenkin muoti ja heidän elämänsä pyöri vaatteiden oston ja käytön ympärillä. Modit ottivat mallia Italian ja Ranskan hienostuneesta muodista. (Constantino 1997, 94).

Modien vastakohtana olivat rokkarit, jotka säilyttivät tyyliissään nahkatakkin, moottoripyörät ja rock and roll-musiikin. Modien silmään rokkarien tyyli näytti vanhatavalta. Jos modit eivät olleet ajalemassa skoottereilla parkatakit päällä (ks. kuva 24), he pukeu-



Kuva 24: Kuvassa modit ajalemassa skootterilla parkatakit päällä.

tuivat tennispaitoihin, pooloneuleisiin, valkoisiin housuihin tai siisteihin farkkuihin, Clarksien aavikkokenkiin ja kahden halkion puvuntakkeihin. Modien hiustyyli oli yhtä harkittu kuin heidän asunsa. (Constantino 1997, 95).

1960-luvun alussa modien suosio oli nousussa. Kansallinen musiikkiohjelma alkoi lähettää Ready, Steady, Go!-nimistä ohjelmaa, joka esitteli modien muotia, musiikkia ja tansseja. (Constantino 1997, 95–96).

## Beatlesit tulevat

1960-luvulla amerikkalaisen kulttuurin vaikutus muotiin ja musiikkiin oli suurelta osin laskussa. Vuoden -59 tienoilla Amerikassa rock and roll-musiikki yhdistettiin rikollisuuteen ja vuonna 1962 Iso-Britanniassa rock-musiikki muuttui underground-musiikiksi popin tehdessä tuloaan. Uransa alussa Beatlesit pukeutuivat rokkityyliin, eli mustiin t-paitoihin ja mustiin nahkatakkeihin. Vuosi myöhemmin ja uuden managerin Brian Epsteinin vaikutuksesta bändin tyyli vaihtoi rokkiasut siisteihin pukuihin, valkoisiin paitoihin ja kauluksettomiin takkeihin. Vuonna 1963 beatlemania levisi koko maahan ja heidän kauluksettomat takkinsa takasivat niiden myynnin. Takin oli suunnitellut italialainen vaatesuunnittelija Pierre Cardin, vaikka todellisuudessa Beatlesien



*Kuva 25: The Beatles uudessa tyyliinsä.*

takin oli valmistanut räätäli Dougie Millings. Suosituiksi tulivat myös Chelsea-bootsit. (Constantino 1997, 98).

## Dandyn paluu?

Kun Beatlesit valloittivat Amerikan, lehdistö kiinnostui brittimuodista. Moni julisti että dandy oli tehnyt paluun, koska miesten vaatteissa nähtiin paljon värejä. Värien määrä toki lisääntyi, mutta vertaus dandyyn oli huono: Beau Brummel, dandytyylin



alkuperäinen luoja 1800-luvulla, oli itse asiassa yksinkertaisen puvun puolustaja ja vastusti värejä. Joka tapauksessa 60-luvulla jälleenmyyjät, jotka olivat kokeneet toisen maailmansodan ankeuden ja synkkyuden tunsivat, että oli aika värikkäämmälle miesten muodille. Miesten muodista tuli hyväksyntä ja kiinnostus siihen herätti keskustelua komeuden määritelmästä nuorten miesten keskuudessa ja monet heistä hylkäsivät perinteisen maskuliinisuuden pukeutuakseen ”naismaisiin” väreihin ja kasvattaakseen pidemmät hiukset. (Constantino 1997, 99).

## Feminiinisyyttä ilmassa

”Peacock revolutionin” edelläkävijät olivat Länsi-Sohon sivukatujen vaateliikkeet, joista yksi oli Bill Greenin liike Vince. Green sai nimeä itselleen muotimaailmassa myymällä postin kautta pillifarkkuja ja löysiä neuleita, joita hän oli nähnyt Pariisissa 50-luvulla. Hänen liikkeensä houkutteli asiakkaita taide – ja musiikkimaailmasta katsomaan värikkäitä paitoja, pinkkejä farkkuja ja matalavyötäröisiä housuja. (Constantino 1997, 99).

Naisellisen miesten muodin mestareita oli The Rolling Stones, mutta trendi noteerattiin myös Pariisissa, kun viiden hengen suunnittelijaryhmä (Andre Bardot, Jose Camps, Socrate, Gaston Waltener ja Max Evzeline) alkoi suunnittelemaan haute couture miehille. He olivat uuden sukupolven räätäleitä, jotka näyttivät kokoelmansa kaksi kertaa vuodessa muotilehdistölle vuoteen 1968 saakka. Vaikka heitä kiiteltiin miesten muodin elävöittämisestä, heitä myös paheksuttiin miesten rohkaisusta käyttämään käsilaukkuja, vaikkakin he kutsuivat niitä nimellä ”man case”. Lopulta kuitenkin, huolimatta



Kuva 26: The Rolling Stones värikkäänä vuonna 1969 ennen keikkaansa.



kustannusten vähentämisestä tämä viiden hengen ryhmä kohtasi asiakaskadon. Heidän tyyliinsä jäi Pierre Cardinin valmisvaatteiden jalkojen alle. (Constantino 1997, 99–101).

## 4.8 RETRO 1970-LUKU

1900-luvun alkupuoli oli muodin saralta suuriltaosin eliitin sanelemaa, mutta toisen maailmansodan jälkeen nuorten vallankumous ja massatuotanto sekä massakulutus muuttivat asetelmaa. Vaatteet eivät enää ilmaisseet kantajansa luokkaa vaan enemmän ihmisen seksuaalista, poliittista, etnistä ja jopa uskonnollista identiteettiä. Miesten muotia hallitsi moniarvoisuus ja tyylien lisääntyminen. Osa näistä tyyleistä tuli muotisuunnittelijoilta mutta suurin osa tuli kaduilta. Tyylejä omaksuttiin ja sekoitettiin keskenään monien alaryhmien kesken. (Constantino, 1997, 108).

Epävakaa taloudellinen tilanne ja poliittiset ja sosiaaliset levottomuudet 60-luvun lopussa jatkuivat, kun tietoisuus yhteiskunnan epätasa-arvosta kasvoi. Homojen ja naisten vapautusliike sekä ympäristö- ja rauhanliike muuttivat yhteiskunnan rakenteita. Luokka-asema ja sukupuoli eivät enää määrittäneet sosiaalista jakoa: etnisuus, työtilanne ja ikä heijastuivat kaikki moninaisiin tyyliin miesten muodissa. (Constantino, 1997, 108).

### Retroilua

Vuoteen 1970 mennessä Britanniassa oli miljoona työtöntä ja määrä oli kasvanut kolmeen miljoonaan vuonna 1979. Ensimmäisellä öljykriisillä vuonna 1973 OPECin nostaessaan hintojaan oli epäsuoravaikutus työllisiin ihmisiin: Monet heistä saivat potkut ja tuotannon hinta kasvoi. Yksi vuosisadan ensimmäisistä muotivillityksistä oli pukeutua vanhoihin vaatteisiin. Vaikka armeijan ylijäämävaatteet olivat funktionaalisia ja sen takia suosittuja, ”Uusi köyhä”-ihminen tarvitsi vaatteita jotka sopivat hänen budjettiinsa. Työttömyyden noustessa armeijan ja käytettyjen vaatteiden viehätys kasvoi ja tähän erikoistuneita liikkeitä avattiin. Iro-

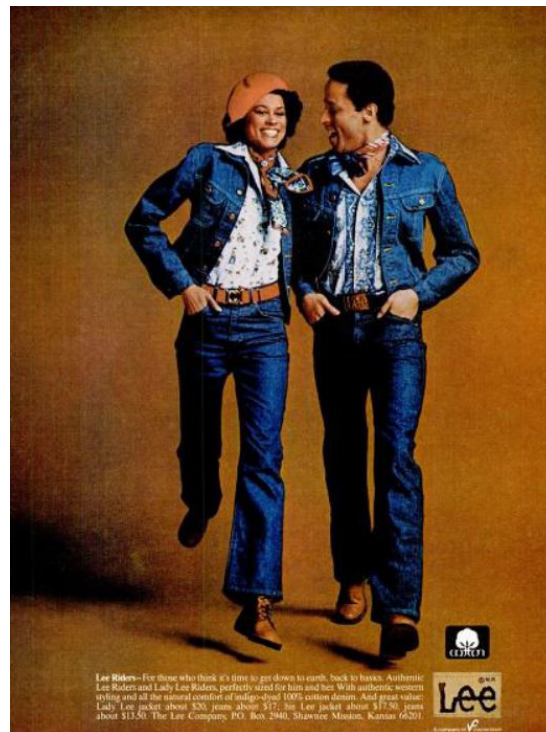


Kuva 27: Kuvassa muotisuunnittelija Diana Von Furstenberg miehensä Etonin kanssa 70-luvulla.

nisesti muodin vaikutuksen iskiessä käytettyjen vaatteiden hinta nousi dramaattisesti ja niillä jotka niitä eniten tarvitsivat, ei ollut enää varaa ostaa niitä. Suosittuja olivat kauluksettomat ja ylisuuret vaarinpaidat. Tämän tyylliset vaatteet auttoivat nostamaan retromuodin trendikkyyttä 70-luvulla. 30 – ja 40-luvun pukeutumistyyli tuli uudelleen muotiin ja elokuvat kuten Bonnie ja Clyde (1967) ja The Great Gatsby (1974) edesauttoivat pukeutumistyylin suosion lisääntymistä. Uusi sukupolvi etsi kirpputoreilta aitoja Burberryn trenssejä, silkkipaitoja, Tweed-takkeja ja kaksirivisiä liituraitapukuja. Toinen suosittutyyli oli ns. parittaja-look, joka esiintyy elokuvassa Super Fly (1972). Tyyliin kuului prameat ja istuvat takit, joiden käänteissä oli koristeet, leveälahkeiset housut ja suuret hatut. (Constantino, 1997, 109-111).

## Muotifarkut

Farkut olivat muuttuneet vain vähän alkuperäisestä muodostaan 1900-luvulla. Levi-Strauss, Lee ja Wrangler kasvattivat myyntiään, kun nuoret naiset ja miehet alkoivat käyttää farkkuja vapaa-ajanvaatteina, mutta vasta 70-luvulla valmistajat muuttivat farkut muotituotteeksi. Tällä vuosikymmenellä farkut saavuttivat myyntihuippunsa ja Levi-Straussista tuli maailman suurin vaatteiden tuottaja. Myynnin kasvuun vaikutti suuresti leveälahkeisten suosio 70-luvulla ja tämä mahdollisti eri mallien tuottamisen laajalle asiakaskunnalle. Nyt keski-ikäiset ja keskiluokkaisetkin alkoivat käyttämään farkkuja vapaa-ajallaan. Muotimaailman vastaus hyvin toimeentulleille farkkujen käyttäjille oli merkkifarkut. Suunnittelijoista Calvin Klein oli ensimmäinen vaatemarkkinoilla, jolla oli omaa nimeään kantavat farkut. Vuonna 1978 Klein julkaisi farkku-



Kuva 28: Leen farkkumainos vuodelta 1976.

malliston, joiden malli sopi uudelle keski-ikäisten markkinaryhmälle. Pareja myytiin huikea määrä jo ensimmäisellä viikolla, vaikka ne olivat 50 % kalliimmat kuin Levikset. Myöhemmin suunnittelijat kuten Giorgio Armani, Gianni Versace ja Jean-Paul Gaultier toivat markkinoille omat merkkifarkkunsaa. (Constantino, 1997, 111–113).

## Muodikasta urheilua

70-luvulla ihmiset käyttivät vähemmän rahaa vaatteisiin, mutta vastapainoksi vapaa-aikaan käytettävä rahamäärä kasvoi. Tämä johtui ehkäpä työmallin muutoksesta. Työntekijät jotka ajattelivat tekevänsä samaa työtä loppuelämänsä, kohtasivat irtisanomisen ja saivat työttömyysrahaa, alkoivat rakentaa vapaa-aikaansa. Ne jotka pitivät työnsä, tulivat yleensä osa-aikatyöläisiksi. Ei ole yllättävää että 70-luvulla nousi uusia teollisuuden aloja, jotka omistautuivat vapaa-ajalle ja että tekstiiliteollisuuden vastaus tähän olivat urheiluvaatteet. Urheiluvaatteet eivät olleet enää vain vapaa-ajanvaatteita, se merkitsi ”pyhävaatteiden” katoamista ja uuden elämäntyylin syntymistä. Vuosisadan loppuun mennessä Esquire-lehti arvioi, että Amerikassa oli yli 30 miljoonaa hölkkäystä harrastavaa ihmistä. (Constantino, 1997, 120).

Urheiluvaatetuksen lisääntyminen toi vaikutuksensa myös työpukeutumiseen. Kauluspaidat ja kravatit väistyivät tennis – ja t-paitojen tieltä, puvuntakit alkoivat väljentyä ja muuttua rennommiksi. Farkkujen malli muuttui myös väljemmäksi. Farkun lahje muuttui leveästä kapeammaksi. Vuosisadan loppuun mennessä uusi väljä siluetti dominoi miesten vaatteita ja se liitettiin vahvasti yhteen suunnittelijaan: Giorgio Armaniin. Se oli siluetti, joka kesti 80-luvun puoleen väliin saakka, kunnes uudet, nuoret ja liikkuvat ammattilaiset siirtyivät ”voimapukeutumiseen” (Constantino, 1997, 120).

## 4.9 PÖRSSIT KOHOLLA 1980-LUVULLA

80-luku tullaan muistamaan suunnittelijoiden vuosisatana. Tällä vuosisadalla miehet eivät enää olleet pelkkiä asiakkaita, he olivat muodin kuluttajia. Vuonna 1975 miesten vaatteet toivat vain 8 prosentin voitot suunnittelijoille. Vuonna 1985 numero oli noussut jo 20 prosenttiin. Vaikka räätälöinti selvisi, oli se menettänyt paikkansa maun määrittäjänä. Valmisvaatetus alkoi ilmentää muodin henkeä. (Constantino, 1997, 121).

Tällä vuosikymmenellä suunnittelijat ja mainostajat yrittivät päästä käsiksi tuottoisille miesten markkinoille. Uudelle muotia kuluttavalle miehelle oli tarjolla paljon erilaisia muoti ja lifestyle-lehtiä, kuten Cosmoman, GQ, The Face, i-D ja Arena. Lehtitalo Condé Nast julkaisi miehille suunnatut Vogue. Kun lehdet keskittyivät muotiin, mainostajat keskittyivät mainostamaan miehelle kaikkea aina kauneudenhoitotuotteista olueen. Miehet saivat omat muotiviikkonsa ja lisäksiinnostusta pukeutumiseen toi televisio ja elokuvat. Jos Televisio-ohjelma Miami Vice vaikutti arkipukeutumiseen monen vuoden ajan - huoliteltu ulkoasu, t-paidat väljen puvuntakkien alla - vaikutti taas Michael Douglas elokuvassa Wall Street (1988) miesten työpukeutumiseen. Elokuvassa hänellä oli pystyraidallinen paita, jossa oli valkoiset kaulukset ja rannekkeet. Hahmosta tuli tyyli-ikoni juppiliikemiesten keskuudessa. (Constantino, 1997, 121).

## Valtapuvun vastaisku

Iso-Britanniassa, Yhdysvalloissa ja Saksassa politiikasta tuli oikeistolaista. Yhdysvalloissa presidentti Ronald Reaganin hallinto suosi pukuja ja presidentti moitti armeijan henkilökuntaa ketkä eivät käyttäneet univormua Washingtonissa. Maaliskuun ensimmäisestä vuonna 1981 lähtien Yhdysvaltain laivasto määräsi kaikki miehet takaisin univormuihinsa. (Constantino, 1997, 127).

Puvun paluu alkoi 1970-luvun lopussa Italiassa, kun tekstiilialan keskittymät Pratossa, Comossa ja Biellassa alkoivat tuottamaan kankaita, jotka olivat suunniteltu varta vasten valmispukuihin. Puvut olivat paljon halvempia materiaalin ollessa jättevillasta tehtyä ja puvut sopivat muotimaailmaan, jossa uudet mallistot, ideat, värit ja kuosit esiteltiin joka sesonki. Aiemmin ”Made In Italy” tarkoitti tekstiiliteollisuutta, joka valmisti suunnittelijan valmisvaatteet, mutta nyt se muuttui tekstiiliteollisuuden ja suunnittelijan väliseksi liitoksi. Tämän systeemin pioneeri oli Giorgio Armani. Armani esitteli ensimmäisen miesten valmisvaatemallistonsa vuonna 1975. Sesonkien kuluessa Armani leikkasi puvusta sen rakenteet, poistaen toppaukset ja vuoritukset. Tämä oli hyödyllinen taktiikka massatuotannon kannalta, koska kaikki tärkeät osat, jotka antavat puvulle sen muodon, poistettiin. Armanin tyylikkyyden kulminoituma tulee parhaiten esille asuissa, jotka hän



Kuva 29: Armanin kampanja vuodelta 1988.

suunnitteli näyttelijä Richard Gerelle elokuvaan *American Gigolo* (1980). Muodottomuuden huippu tapahtui vuonna 1985, kun Armani esitteli miesten pukuja jotka olivat tehty pellavasta, muistuttaen 30- ja 40-lukujen Havannasta. (Constantino, 1997, 127).

Armanin tyylikkyyden tuli pian haastamaan bisnespuvun paluu, paluu joka sattui samaan aikaan, kun ilmassa oli yleinen taloudellinen euforia, joka nosti esille roskalainakuninkaat ja vaikutusvaltaiset pörssimeklarit. Miehet hoitivat bisneksiään Armanin, Hugo Bossin, Nino Ceruttin tai Ralph Laurenin puvuissa. (Constantino, 1997, 127).

Erinomaisuus ja eleganttius olivat 80-luvun lopun avainsanoja ja ne toivat uutta kiinnostusta klassisiin miesten vaatteisiin. Burberryt ja Barbourit siirtyivät maaseudulta kaupunkiin ja monet vaatemerkit ilman todellista yhteyttä muotiin alkoivat myymään tuotteita perinteikkään maineensa avulla. (Constantino, 1997, 127).

## 4.10 HAJANAINEN 1990-LUKU

Taantumasta ja luoton kutistumisesta huolimatta, miehet jatkoivat muodin ja asusteiden ostamista 90-luvulla. Muotialan menestys taloudellisten, sosiaalisten ja poliittisten ongelmien aikana johtui suurelta osin siitä, että ala tiedosti markkinoiden radikaalin muuttumisen 80-luvun jälkeen ja sen jälkeisen markkinointikeinojen kehityksen tarpeen syntyneelle markkinaraolle.

Vuonna 1989 Vogue kertoi, että yli 30-vuotiaiden ryhmä kasvoi ja että vuosisadan lopussa Britanniassa olisi miljoona vähemmän 16–24-vuotiaita. 1990-luvulla muotiala tajusi taloudellisesti turvatut vanhemmat pariskunnat, keillä oli käytössään suurentunut summa rahaa lasten muutettua pois kotoa. Ongelma oli, etteivät nämä pariskunnat käyttäneet rahaa muotiin, mikä ei tosin ole yllättävää, sillä muotia oli markkinoitu 60-luvulla lähtien nuorille. Vaikka suurinosa massamarkkinoiden ihmisistä oli vieläkin olemassa, se koostui useasta erillään olevasta ryhmästä, joilla kaikilla oli oma identiteetinsä. (Constantino 1997, 136).

### Identiteettikriisi

90-luvulla tapahtunut identiteettikriisi sai muotialan jakamaan erilaiset miehet eri kohderyhmiksi. Näitä konsepteja vahvistettiin mainonnan ja vaatteiden jälleenmyynnin kautta. ”Uusi mies”, kuten mediassa häneen viitattiin, saattoi olla tyypiltään ”sivistynyt” (älykäs, tietoinen ja kosmopoliitti), ”tyytymätön” (epätyytyväinen sen hetkiseen identiteettiinsä ja yrittää löytää uutta), ”hedonisti” (mahco ja nautinnonhakuinen), ”saavuttaja” (tietoinen statuksesta ja kunnianhimoinen), ”toiminallinen” (seikkailunhaluinen), ”perinteinen” (perinteitä kunnioittava ja konservatiivinen) ja ”esteettinen” (herkkä, välittävä ja taiteellinen). (Constantino 1997, 141).

Jokainen miestyypin tarvitsi oikeat vaatteet ilmentääkseen median luomaa identiteettiään. Mies pystyi valitsemaan asunsa perusvaatteista, muodikkaista perusvaatteista tai



huippumuodikkaista vaatteista. 1990-luvun puoliväliin mennessä tunnistettiin kaksi uutta miestyyppeä: ”New Lad” ja ”Iron John”. New Lad oli enemmän hedonisti, kun taas Iron John perinteinen sovinisti. Nämä kaksi ryhmää erottivat heidän vaatteensa. Iron John käytti käytännöllisiä ja arkisia vaatteita. New Ladin asut taas koostuivat Versaces-ta, Montanasta ja Calvin Kleinistä. (Constantino 1997, 142).

## 90-luvun Pukeutumistyyliä

90-luku oli pukeutumisen kannalta taas muutoksen vuosikymmen, kun miehet periaatteessa hylkäsivät kaikki 60–80-lukujen trendit määrittääkseen itsensä uudelleen. Arki-suudesta tuli pukeutumisen määrittäjä ja minimalismi oli suosittua. Vuosikymmenen kolme suosituinta tyyliä olivat rave, hip-hop (ks. kuva 38) ja grunge. Nämä tyylit ottivat inspiraationsa musiikkimaailmasta. Edellisten vuosikymmenien vaikutuksen kadotessa muotiin tuli arkiset ja rennot vaatteet, jotka olivat leikkaukseltaan ja väreiltään yksin-



Kuva 30: Still-kuva elokuvasta Clueless (1995). Kyseisessä kohtauksessa elokuvan päähenkilö Cher kuvaa 90-luvun poikien pukeutumistyyliä sanoen: ”He näyttävät siltä kuin olisivat juuri nousseet sängystä, vetäneet lököpöksyt jalkaansa ja peittäneet rasvaiset hiuksensa lippiksellä”

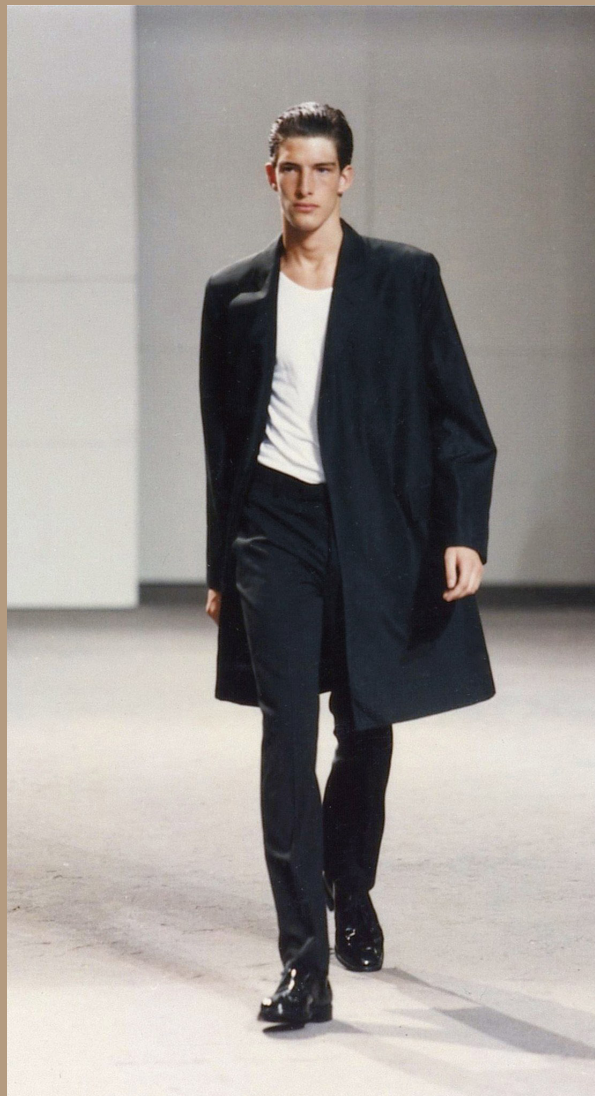


Kuva 31: Nirvana-yhtyeen solistia Kurt Cobainia pidetään grunge-tyylin esikuvana. Grunge-tyyliin kuului hip-hopin tapaan löysä vaatetus ja sille ominaisia vaatekappaleita olivat flanellipaidat, maiharit ja kuluneet farkut.

kertaisempia. Tämä vaikutti myös työpukeutumiseen, jolloin sekin otti askeleen rennompaan suuntaan hyläten aikaisemman tunkkaisuuden ja muodollisuuden. (Firchau).

## Minimalismi

Minimalismia voidaan pitää vastauksena 80-luvun ylenpalttisuudelle ja kohtuuttomuudelle, värisävy väheni mustavalkoiseen ja sisälsi vain vähän väriä ja tekstiilit olivat



*Kuva 32: Helmut Langin vuoden 1998 kevään miestenmalliston ensimmäinen asukokonaisuus. Asu on monokromaattinen ja siitä on nähtävissä 90-luvun väljä siluetti.*

innovatiivisia. Minimalismin edelläkävijöitä olivat Martin Margiela, Jil Sander, Calvin Klein ja Helmut Lang. (Olive, 2017).

## 4.11 MIES NYT

Tämä vuosisata on tuonut paljon erilaisia ilmiöitä: internetin yleistymisen, hip-hop kulttuurin suosio on jatkanut, ulkonäöstään kiinnostuneiden heteromiesten (eli metroseksuaalien) nousu 2000-luvun alkupuolella, halpavaateketjujen lisääntyminen, fitness-buumi ja muotiblogien ja sosiaalisen median suosio.

Urheiluvaatteet ovat 1900-luvulta lähtien tulleet yhtä suosituimmiksi, mutta tämän vuosisadan alussa on niiden suosio suorastaan räjähtänyt. Vaatteet ovat siirtyneet lenkkipoluilta ja saleilta arkikäyttöön. Urheiluvaatteista ja street-muodista on tullut vahva elementti miesten arkipukeutumisessa.

Muotibloggaajat ja sosiaalisen median tyylivaikuttajat ovat tehneet pukeutumisesta muodikasta. Halpavaateketjujen nopean tuotannon vuoksi melkein kaikki voivat pukeutua viimeisimmän trendin mukaan pikkurahalla. Ilmiö on kiihdyttänyt myös miesten muodin sykliä. Miehet ovat alkaneet siirtyä pois laumapukeutumisesta ja yksilöllisyydestä on tullut ohjaava tekijä vaatteiden valinnassa. Pukeutumisesta hallitsee sama ilmiö kuin 90-luvulla: Se on jakautunut erilaisiin tyyppiryhmiin, eikä yhden muotisuunnan osoittaminen ole enää helppoa. Voidaankin sanoa että tänä päivänä kaikki tuntuu olevan muotia. Kun yhä useampi ihminen esittelee pukeutumistaan valokuvapalvelu Instagramissa, on erottautumisesta tullut tärkeää. Kuvat elävät vain hetken, joten uutuuden nälkä on tyydytettävä jollain tavalla. Sosiaalinen media synnyttääkin jatkuvasti uusia ilmiöitä. Yksilöllisyyden tavoittelusta kertoo erilaisten suunnittelijoiden, kuten Guccin tämän hetkisen pääsuunnittelijan Alessandro Michelen suosio. Michelen



*Kuva 33: Räppäri ja muotisuunnittelija Kanye Westiä voidaan pitää yhtenä 2000-luvun tyyli-ikonina. West yhdistelee tyyliissään sekä street – ja high end-muotia. Lisäksi Westin menestynyt yhteistyö urheilumerkki Adidaksen ja hänen oma Yeezy-merkkinsä ovat vakiinnuttaneet hänen paikkansa miesten muodin maailmassa.*





*Kuva 34: Alessandro Michelen Gucci-mies on boheemi, rohkea, värikäs ja sukupuoleton.*

suunnittelemaat miesten vaatteet ovat värikkäitä, yksityiskohtaisia ja välillä naisellisia-kin.

2010-luvulla keskustelu sukupuolesta ja sen ilmaisusta on tuonut uusia tuulia miesten pukeutumiseen. Yhä useampi vaateketju, kuten Zara ja H&M ovat lanseeranneet uni-sex-mallistoja ja sukupuolisen pukeutumisen rajat hämärtyvät kovaa vauhtia. Hämärtyminen näkyy juuri esimerkiksi Michelen Guccille suunnittelemissa mallistoissa ja usea suunnittelija esittelee miesten ja naisten vaatteita samassa näytöksessä. Lisäksi vuonna 2015 laulaja ja näyttelijä Jaden Smith esiintyi Louis Vuittonin naisten vaatemainoksessa naisten vaatteet päällä. Mainoksessa ei ollut kyse huumorista tai transsukupuolisuudesta, vaan puhtaasti miehestä naisen vaatteissa. Sukupuolen uudelleenmäärittäminen on vasta alkanut ottamaan ensiaskeleitaan, joten tässä vaiheessa on vaikea sanoa kuinka se lopulta lopuksi vaikuttaa miesten pukeutumiseen. Merkkejä muutoksesta on toki havaittavissa mutta saa nähdä jäävätkö nämä vain trendi-ilmiöksi vai ottaako sukupuollettomuus pysyvemmän aseman miesten vaatekaapeissa.

Selvää kuitenkin on, että miesten pukeutumiskulttuuri on jälleen muuttumassa. Business of Fashion-lehti kertoo että yhä kasvavissa määrin miesten designer-vaatteiden ostamisesta on tullut hyväksytympää. Tämän lisäksi monet työpaikat eivät enää vaadi pukeutumista perinteiseen pukuun, joten miehistä on tullut tietoisempia omista vaatteistaan. Voidaan sanoa, että pukeutumisessa on tapahtumassa moderni rentoutuminen, jonka takia esimerkiksi paitojen ja kravattien myynti on vähentynyt. (Sherman, 2016). Myös Suomen muoti ja tekstiili (2017) uutisoi, että miesten pukeutumisen markkinat ovat tällä hetkellä kasvussa ja se kasvaa enemmän kuin naisten pukeutumisen markkinat. Vuonna 2014 kasvua oli 4,5 prosenttia, kun naisten osuus kasvusta oli 3,7 prosenttia. Vaatevalmistajista esimerkiksi Nike sijoittuu ensimmäiseksi suosittujen brändien listalle, mikä kertoo urheilumuodin suosiosta.

Myös suurissa muotitaloissa tapahtuvat muutokset kielivät samaa. Tammikuussa 2018 muotitalo Celiné nimitti uudeksi pääsuunnittelijaksi Hedi Slimanen. Slimane tuli tunnetuksi Diorin miesten linjan, Dior Hommen ja myöhemmin Yves Saint Laurentin pääsuunnittelijana. Diorilla ollessaan Slimane uudisti miesten puvun siluetin tehden siitä kapeamman ja sillä oli suuri vaikutus miesten muotiin. Suunnittelijavaihdoksen myötä Celiné ilmoitti alkavansa tuottaa naistenvaatteiden ja asusteiden lisäksi Haute Couturea, hajuvesiä ja luonnollisesti miesten vaatteita. Celiné ei ollut ainoa muotitalo joka kertoi muutoksista: Louis Vuitton nimitti miesten vaatteidensa pääsuunnittelijaksi Virgil Ablohin. Abloh on toiminut oman merkkinsä Off-Whiten suunnittelijana. Off-White on suosittu varsinkin nuorten miesten keskuudessa ja vaatteet ovat enemmän katumuodin kuin huippumuodin mukaisia. Business Of Fashion (2018) raportoi että suunnittelijan valintaan vaikutti varmasti hänen laaja seuraajakuntansa, koska tällöin hänellä on mahdollisuus tehdä Vuittonin miesten vaatteista relevantteja ja näkyvämpiä nuorelle kuluttajakunnalle. Vuittonilla on myös suunnitelmissa kasvat-  
taa miesten vaatteiden myyntiä. Vuittonin 450 liikkeestä 150 myy miesten vaatteita ja Vuittonilla on 13 kokonaan miesten vaatteille omistettua liikettä.

Miesten muodilla voi siis sanoa menevän hyvin ja nähtäväksi jää, tuoko nouseva suosio ja markkinoiden kasvu vaihtelua miesten vaatteisiin ja kokeeko miesten muoti uuden ja kaivatun siirtymävaiheen 2000-luvulla.

## 4.12 YHTEENVETO

Kun tarkastellaan miesten muotia (tai naisten) on tärkeää huomata että siihen vaikuttaa moni tekijä. Vaikka miesten muoti on ottanut vaikutteensa urheilusta ja sodasta ja se on pitkälti ollut myös käytännön määräämää, on pukeutumiseen ja muotiin vaikuttanut vahvasti myös yleinen ilmapiiri ja yhteiskunnalliset asiat, kuten taloudelliset ja poliittiset tapahtumat. Muoti heijastaa aikaa tai se voi toimia vastalauseena ilmiöille ja tapahtumille. Esimerkiksi 30-luvulla muoti yksinkertaistui ja synkistyi sodan vaikutuksesta ja 90-luvulla grunge ja minimalismi olivat vastaus 80-luvun runsaudelle. Muoti myös aina lainaa jostakin vanhasta, ja päivittää sen ajanhenkeen sopivaksi. (Vrt. Ana Nuutinen, 2004, Muodin heijastusteoria s. 66-71)



1800-luvulla miesten muodin ottaessa selkeämmän muotonsa, on sen jälkeen se pysynyt samankaltaisena. Koko miesten muodin historian ajan puvulla, sen siluetilla ja räätälöinnillä on ollut kaikista tärkein rooli pukeutumisessa. Puku on ollut standardi ja luonut pohjan miesten pukeutumiselle. Susan B. Kaiser (2014, 125) sanookin että vaatteet tekevät miehen (ja vaatteilla tarkoitetaan tässä hyvin räätälöityä pukua), ei muoti. Radikaalein muutos puvussa lieenee ollut 1900-luvun alussa tapahtunut siirtyminen hännystäkistä nykyäänkin käytettävään pukuun ja tämän jälkeen muutokset ovat lähinnä koskeneet puvun siluettia, nappimäärää, väriä, käänteiden leveyttä ja olkalinjaa. Valmisvaateteollisuus iski räätälien ammattikuntaan rajusti ja rennomman pukeutumisen tullessa yhä hyväksytymmäksi, tulee puku varmasti kokemaan jälleen muutoksia. Toivon kuitenkin että hyvä räätälöinti ei tule katoamaan.

Miesten muotia on aina ohjannut vahvasti maskuliinisuus ja muutokset sekä vaikutteet pukeutumiseen ovatkin suurilta osin tulleet sodasta ja urheilusta, jotka kummatkin ovat olleet vahvasti miesten hallitsemia alueita. Varsinkin urheiluvaatteet ja miesten pukeutuminen ovat olleet jatkuvassa vuorovaikutuksessa keskenään ja läpi 1900-luvun tähän päivään saakka on urheilumuodilla ollut kasvava vaikutus arkipukeutumiseen. Urheilun vaikutus on nähtävänä vielä tänäkin päivänä: Pukukoodin yhä muuttuessa vapaamaksi on urheilumuodista tullut todella suosittua. Miesten pukeutumisen historiassa on ollut aikakausia, jolloin muoti on ollut feminiinisempää kuten 20-luvun pehmeästi pukeutuminen ja 60-luvun riikinkukkojen vallankumous. Nämä muotisuuntaukset ovat jättäneet jälkensä miesten vaatekaappeihin esimerkiksi värien ja printtien muodossa, mutta kuten jokaisella muoti-ilmiöllä, myös näillä oli oma alkunsa ja loppunsa.

## 5. SUUNNITTELUPROSESSI

### 5.1 INSPIRAATIO

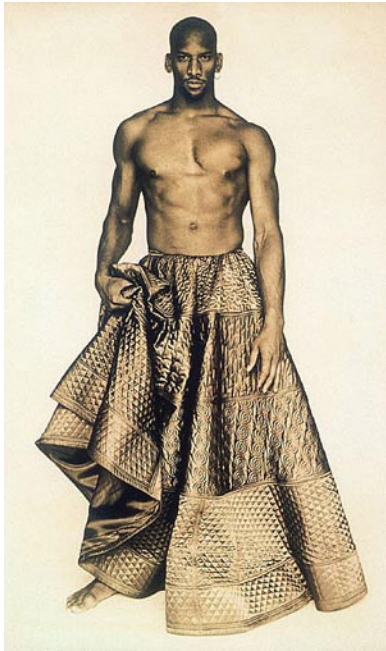
Alkuun on myönnettävä, että minun oli vaikeaa löytää inspiraatio opinnäytetyöhöni. Tiesin, että halusin tehdä miesten vaatemalliston mutta itseäni kiinnostava ja innostava näkökulma uupui. Minulla oli muutama idea ja ajatus mallistoon liittyen ja itse asiassa teinkin yhden moodboardin ja luonnoksia ensimmäistä mallistoidea varten. Jouduin kuitenkin hautaamaan ajatukseni siitä mallistosta äkkiä, sillä minusta tuntui että siitä puuttui jotain, että se oli pelkkiä vaatteita ilman sen kummempaa tarkoitusta.

Olin turhautunut koska en vain löytänyt hyvää lähtökohtaa mallistolle. Samoihin aikoihin kun yritin löytää inspiraatiotani, yhä useampi vaateketju toi markkinoille unisex-vaatemallistoja ja luonnollisesti tämä synnytti keskustelua mediassa. Satuvin lukemaan The Fashion Law -sivuston artikkelin ”Fashion’s ”Gender Neutral” Collections Are Not All That Neutral”, joka lopulta päätyi tuomaan minulle kauan kaipaamani kimokkeen. Artikkelissa kritisoidaan siitä, että vaikka moni vaateketju on tuonut markkinoille ns. unisex-vaatemalliston, ovat vaatteet silti hyvin maskuliinisia. Esimerkiksi H&M:n mallistossa oli farkkuja molemmille sukupuolille, muttei esimerkiksi farkkuhameita. Artikkelin sai minut miettimään sukupuolten pukeutumista ja sitä, että miesten vaatteissa, oli kyseessä pelkästään miesten vaatteet tai unisex-vaatteet, on harvoin mitään feminiinisiä ominaisuuksia. Halusin selvittää, miksi asia on näin ja miten voisin itse tuoda omaan tyyliini feminiinisiä piirteitä. Aihe oli myös haasteellinen, koska oma suunnittelutyylini on kuitenkin maskuliininen ja välillä koen sen rajoittavanakin. Tiesin, että olin löytänyt hukassa olleen inspiraationi.

### Taustatutkimusta

Heti aluksi tutkin jonkin verran aihetta enemmän selvittääkseni, minkälaisia ja minä tyyliä asioita on jo tehty välttääkseni mahdolliset samankaltaisuudet ja saadakseni lisätietoa aiheesta ja suunnittelijoista. Tiesin jo toki etukäteen, että naisellisten elementtien lisääminen miesten vaatteisiin ei todellakaan ole mikään uusi juttu. En ole ensimmäinen, enkä varmasti viimeinen joka tekee niin. Jean-Paul Gaultier (kuva 35, sivu 56) suunnitteli jo 80-luvulla miehille hameen ja moni suunnittelija kuten Jonathan Anderson (kuva 36, sivu 56) , Rick Owens (kuva 37, sivu 56) , Alessandro Michele (kuva 38, sivu 56) , Palomo Spain (kuva 39, sivu 56) ja Thom Browne (kuva 40, sivu 56) ovat myös lainanneet ideoita naisten muodista.

Huomasin, että hyvin moni näistä vaatteista meni aikalailla ääripäähän feminiinisuuden tulkinnassa ja ne olivat hyvin runsaita ja yksityiskohtaisia. Oma tyyliini nojaa taas enemmän selkeyteen ja käytännöllisyyteen, enkä niin pidä rönsyilevästä tyylistä. Pelkäsin, että vaatteista tulisi naamiaiasumaisia tai niiden käytettävyys kärsisi, jos alkaisin tekemään jotain mikä ei tunnu omalta. Tässä vaiheessa jouduin pohtimaan mitä feminiinisyys minulle edes tarkoittaa. Onko se paljastavia, koristeellisia, hempeitä ja ihonmyötäisiä vaat-



Kuvat vasemmalta oikealle, ylhäältä alas: Kuva 35: Jean-Paul Gaultierin miesten hame. Kuva 36: J.W Anderson A/W 13 Kuva 37: Alessandro Michele for Gucci mens cruise collection spring 2018 lookbook Kuva 38: Rick Owens spring 2012 Kuva 39: Palomo Spain fall menswear 2018 Kuva 40: Thom Browne spring menswear 2018

teita vai onko se jotain muuta? Minun on tunnustettava, että aluksi ajattelin feminiinisyyden kapeakatseisesti ja kirjaimellisesti, sillä ensimmäiset ajatukset, joita minulle siitä tuli oli paljastavuus, koristeellisuus, vaaleanpunainen väri ja ihonmyötyisyys.

Opinnäytetyön tietoperustan hankkiminen oli tärkeä osa inspiraation hakemisessa. Lopputyöni ensimmäinen osuus (sivut 8-23) eli tutustuminen maskuliinisuuteen ja feminiinisyyteen auttoi minua ymmärtämään näitä termejä ja yhteiskunnan kirjoittamattomia sääntöjä niiden takana. Naisellisuus ja naisena oleminen on paljon muutakin kuin hulmuavia mekkoja. Tämä oivallus auttoi minua etenemään ja helpotti suunnitteluprosessia kokonaisuudessaan ja sai minut innostumaan aiheesta vielä enemmän. Sen sijaan että olisin poiminut suoraan naisten vaatteiden stereotyyppisiä elementtejä, kuten vaikkapa kevyitä kankaita ja runsaita yksityiskohtia, halusin enemmän keskittyä vaatteilla ilmaisemaan henkisiä ominaisuuksia: kauneutta, herkkyyttä, viehkeyttä ja tietynlaista passiivisuutta. Ehkäpä ainut feminiininen elementti jota halusin käyttää, oli paljastavuus ja sitäkin halusin käyttää maltillisesti. Miesten vaatteet yleensä peittävät miehen ruumiin, vaikka mielestäni miehelläkin on vartalossaan kauniita kohtia, kuten kaula, selkä ja hartiat.

Historiaosuuden (sivut 25-51) kautta pystyin poimimaan yleisesti toistuvia elementtejä ja muokkaamaan niitä mallistoon sopiviksi, jotta saisin lopputulokseen tuotua maskuliinisen puolen ja että sen erottaa selkeästi vaatteista. Lisäksi oli tärkeää että pystyin perustelevaan valintani hankkimaani tietoon ja historiaan peilaten, ettei lopputulos olisi onnto.

Minulle inspiraation hakemisen kannalta tärkeää moodboardin lisäksi on keksiä mallistolle nimi. Tämä yleensä auttaa minua ja tällä tavoin pystyn luomaan mallistolle päänsisällä tarinan, jolloin minun on helpompi hahmottaa se. Yleensä koulussa tehtyjen mallistojen kanssa olen keksinyt nimen heti, mutta tässä projektissa nimi tuli vähän myöhemmin. Pyörittelin päässäni vaihtoehtoja, mutta lopulta malliston nimeksi muodostui *Remale*. Malliston nimi tulee englannin etuliitteestä *re-* ja sanasta *male*. Yleensä etuliitettä *re-* käytetään kun jotain tehdään uudelleen, kuten esim. restart ja recycle (käynnistää uudelleen ja uusiokäyttää) ja malliston yksi ajatus oli ajatella mies uudesti feminiinisillä piirteillä. Sana *Remale* on samaan aikaan myös väännös sanasta *Female* (nainen).

## 5.2 MOODBOARD

Oma kokemukseni ja hankkimani tietoperusta maalasi maskuliinisuudesta varsin negatiivisen kuvan. En kuitenkaan halunnut, että oman mallistoni tunnelma olisi negatiivinen, synkkä tai syyllistävä. Halusin enemmänkin, että malliston henki olisi positiivinen ja toiveikas.

Moodboardissa on kuvattuna mies ja nainen selkäpuolelta. Naisen kuva on vaalea ja pehmeä, kun taas miehen kuva on tummempi ja mies on kyyristynyt tuskastuneen näköisesti. Vaikka en halunnut tulkita maskuliinisuutta negatiivisesti, halusin tämän il-





*Kuva 41: Moodboard*



mentävän maskuliinisuuden vangitsevuutta ja painetta, mitä siitä voi miehelle seurata. Malliston vaatteet korostavat eniten selkää, hartialinjaa ja kaulaa, joten halusin, että se tulee esiin moodboardissa. Muuten halusin pitää taustan yksinkertaisena ja kevyenä, koska vaatteetkin ovat sellaisia. Taustassa on myös värejä, joita itse mallistossakin on.

## 5.3 LUONNOSTELU JA VAAATTEET

Ennen kuin aloitin luonnostelun, minulla oli muutama ajatus, joiden pohjalta lähdin rakentamaan mallistoa. Heti alussa tiesin, että halusin muokata ja muuttaa perinteistä valkoista t-paitaa, valkoista kauluspaitaa ja trenssiä. Nämä vaatekappaleet ovat perinteisiä ja ikonisia miesten (sekä naisten) vaatteita sekä kaikilla näistä vaatteista on juurensa muodin historiassa. Mietin hetkellisesti alussa myös puvun uudelleentyöstämistä mallistoon. Päädyin kuitenkin jättämään puvun pois muutamastakin syystä. Puku on dominoinut miesten pukeutumista yli sadan vuoden ajan, joten ajattelin, että on aika siirtyä eteenpäin ja yrittää keksiä jotain muuta. Myös raportit miesten pukeutumisen rentoutumisesta vaikuttivat valintaani. Lisäksi olen sitä mieltä että hyvin valmistettu puku vaatii räätälin ja minä en omista sellaista tietotaitoa, joka olisi puvun työöstämisen mahdollistanut. Puvulla oli kuitenkin vaikutus mallistooni, vaikkakin epäsuorasti: Miehen yksinkertainen pukukoodi ja puvun selkeys heijastuvat vaatteisiin, joita suunnittelin (vrt. sivu 26)

Osa luonnostelusta tapahtuu alitajuntaisesti ja huomasin, että suurimmat vaikutteet tulevat selkeästi militaristisesta tyylistä. Toisaalta tämä ei liene yllätys, koska miesten vaatteet ovat jatkuvasti ottaneet vaikutteensa sieltä. 90-luvun minimalismi on myös yksi suosikkini muodin ajanjaksoista, joten luonnollisesti sekin vaikutti luonnostelussa lopputulokseen. Minulle oli selkeää heti alusta, että halusin siluetin olevan laatikkomainen ja suoraviivainen. Tämä päätös ei niinkään johtunut siluetin maskuliinisuudesta, vaan siitä että se on siluetti johon olen mieltynyt. Pohdin myös esimerkiksi tyköistuvampaa siluettia, mutta tulin siihen tulokseen, että siluettini olisi luultavasti laatikkomainen, vaikka suunnittelisin naisille, joten tämä oli enemmän päätös, jonka tein oman suunnittelutyylini, en sukupuolen pohjalta. Laatikkomaiseen siluettiin päätyminen luultavasti myös johtuu osaltaan siitä, että tämän hetken muoti lainaa paljon elementtejä 80- ja 90-luvun muodista. (vrt. sivut 46-50)

## Malliston rakenne

Olin alkuvaiheissa jo miettinyt mallistolle rakennetta. Halusin siihen pari alaosa, muutamien yläosan ja takin. Minulla oli kaksi varmaa vaatetta mielessäni: yksiolkaiminen t-paita ja selästä auki oleva kauluspaita. Nämä vaatteet toistuivat luonnoksissa useasti ja oikeastaan ryhdyin rakentamaan mallistoani niiden ympärille. Takista tiesin sen verran, että tahdoin sen olevan kiinni solmittava ja vyötäröä korostava. Luonnostelin paljon ja yritin saada ajatuksesta kiinni. Ajattelin mallistooni esimerkiksi napapaitaa, mutta hylkäsin sen idean äkkiä koska mielestäni se oli mauton ja turhan kirjaimellinen. Mallistossa oli myös toinen takki, mutta se mielestäni ei tuonut kokonaisuuteen

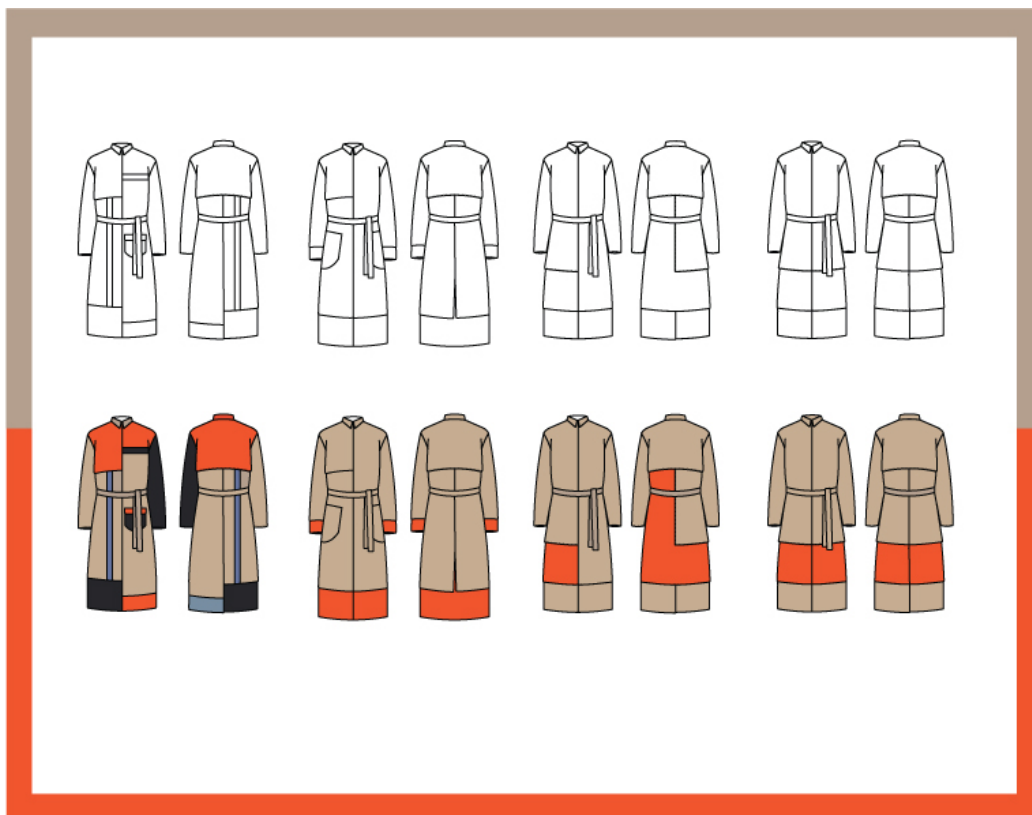


Kuva 42: Luonnoksia

mitään lisäarvoa ja lähinnä loi tarpeetonta toistoa, joten karsin senkin pois. Kuten mainitsin aiemmin alkuvaiheessa minua vaivasi se, että ajattelin koko feminiinisyyden hyvin kirjaimellisesti. Kun kerroin eräälle ystävälle ideoistani ja mallistosta, hän neuvoi, että minun ei kannata olla niin kirjaimellinen vaatteiden kanssa ja kehotti miettimään muita lähestymistapoja. Tästä neuvosta oli iso apu suunnitteluvaiheessa, sillä se auttoi minut pois umpikujasta. Jouduin myös taistelemaan paljon itseni ja oman näkemykseni kanssa. Ajattelin aluksi, että vaatteet joita suunnittelen, ovat tylsiä ja voisin yrittää tehdä paljon enemmän ja runsaampaa, sillä tämä opinnäytetyö olisi mahdollisuus näyttää osaamistani. Vaikka kuinka kokeilin luonnostella runsaampaa ja kokeilevampaa, niin se ei vain tuntunut minulle luontaiselta. Esimerkiksi mallistoon tuleva takki oli juuri tästä syystä vaikea suunnitella. Miten teen takista mielenkiintoisen ilman, että siinä on liikaa kaikkea ja että se sopii muuhun mallistoon? Lopulta kun kuitenkin päästin irti tästä pakottavasta tarpeesta yrittää olla jotain mitä en ole, niin työskentely alkoi sujumaan paremmin.

Lopulta onnistuin kokoamaan mallistostani mieleisen. Mallistooni tuli seitsemän vaatekappaletta: Neljä yläosaa, kaksi alaosaa ja yksi takki. Alla selitän valintani ja perustelen ne.

**Yksiolkaiminen t-paita:** Valkoinen t-paita on klassikko, joten halusin muokata sen uusiksi tehdä siitä feminiinisemmän. Kuten mainittu, miesten vaatteissa ei paljastavuutta juuri ole, joten halusin, että t-paita paljastaa hartian ja olkapään. Oman näkemykseni mukaan paljas olkapää on elegantti ja se ei ole seksualisoitu osa kehossa. Ensimmäisissä luonnoksissa t-paidassa ei ollut toisella olkainta, mutta luonnostelun edetessä lisäsin sen siihen. Se tuo t-paitaan väriä, poistaa toogamaisuutta ja luo tietyn sporttisen elementin paitaan.



Kuva 43: Erilaisia luonnoksia takista

**Selästä avonainen kauluspaita:** Kauluspaidan valitsin samasta syystä kuin t-paidan. Kauluspaitakin on klassikko ja luultavasti jokaiselta mieheltä löytyy valkoinen kauluspaita vaatekaapistaan. Halusin kuitenkin, että kauluspaidassa olisi jotain uutta ja että se olisi paljastavampi. Päädyin poistamaan kauluspaidasta napituskaitaleen ja halkiot hihoista ja tekemään selästä avonaisen. Paidassa säilyy kauluspaidan muoto ja se näyttää siltä, muttei se kuitenkaan varsinaisesti ole perinteinen kauluspaita.

**Venepääntiepaita:** Tähän paitaan inspiraationi tuli itseasiassa merimiesten käyttämästä raitapaidasta. Lisäksi halusin, että mallistossa olisi muutama perinteisempi ja helposti lähestyttävämpi vaatekappale. Perinteisissä merimiespaidoissa on venepääntie ja ne ovat malliltaan laatikkomaisia. Oman mallistoni paitaan halusin tehdä venepääntiestä vielä hiukan avonaisemman, jotta se korostaisi kauniisti hartialinjaa ja kaulaa.

**Liivi:** Mallistossa oleva liivi syntyi vahingossa. Tähänkin vaikutti ystäväni kanssa käyty keskustelu, jossa hän ehdotti, että voisin tehdä mallistooni essun. Essu aluksi tuntui vähän kaukaiselta idealta, mutta lopulta se kuitenkin johti liivin syntyyn. Essun kautta aloin ajattelemaan miesten kolmiosaisen puvun liiviä ja essun solmintatapa muistutti

naisten halterneck -päätien rakennetyyppiä. Päätin yhdistää nämä elementit liiviin. Liivin essumaisuus viittaa myös perinteisiin sukupuolirooleihin ja naisen ja miehen asemaan.

**Housut:** Mallistossa olevat housut ovat tavalliset, alaspäin kapenevat ja nilkkamittaiset. Ne ovat malliston ainut vaate, johon en ole varsinaisesti hakenut inspiraatiota feminiinisyydestä. Toiveenani kuitenkin on, että housut tasapainottavat kokonaisuutta.

**Shortsihame:** Halusin ottaa mallistooni hameen, vaikkakin se on paljolti käytetty feminiininen vaate miesten muodissa. Hame kuitenkin tuntui liian helpolta vaihtoehdolta, joten päätin tehdä mallistooni shortsit, jotka muistuttavat hametta. Mielestäni tällä tavalla saan yhdistettyä hyvin maskuliinisen ja feminiinisen.

**Takki:** Takki oli vaatteista hankalin suunnitella. Pohjana minulla oli takkiin perinteinen miesten mac-tyyppinen takki. Koska halusin pitää takin linjan siistinä ja yksinkertaisena, oli hankalaa keksiä, miten voisin tuoda siihen feminiinisyyttä. Miesten ja naisten mac-takit ovat yleensä lähtökohtaisesti hyvin yksinkertaisia ja eroavaisuuksia ei kummemmin ole. Naisten mallit saattavat olla muotoonommeltuja, mutta se ei taas sopinut omaan mallistooni. Tein useita luonnoksia takista ja yritin keksiä siihen erilaisia ratkaisuja (ks. kuva 43, sivu 61) Lopulta päädyin tekemään takin, jossa on olevinaan kaksi takkia päällekkäin. Alla oleva takki on värikäs ja pidempi, ikään kuin naisten takki ja päällä oleva takki on perinteinen miesten takki. Takissa on solmittava vyö, joka korostaa vyötäröä.

Koko luonnostelun ajan pyrin luonnostelemaan vaatteita, jotka eivät olisi sidottuja trendeihin ja jotka toivon mukaan kestäisivät aikaa. Vaikka en tee tätä opinnäytetyötä yritykselle, enkä myöskään tietylle asiakasryhmälle, pyrin silti säilyttämään vaatteissa käytettävyyden. Yritin myös suunnitella vaatteet niin että niitä voisi käyttää ristiin toistensa kanssa, eivätkä ne olisi sidoksissa pelkästään luonnoksessa esitettyyn asukokonaisuuteen. Vaikka ajattelin paljon vaatteiden käytettävyyttä, niin tiedostan kyllä sen tosiasian että mitään arkisia toimistovaatteita suunnittelemani vaatteet eivät ole.

## 5.4 MATERIAALIT

Mietin materiaaleja ja värejä jo luonnosteluvaiheessa, mutta lopulliset ratkaisut tein vasta kun olin päättänyt vaatteet, jotka tulevat mallistoon. Materiaalien valintaan vaikutti paljon vaatteiden siluetti. Halusin, että vaatteet ovat miesten vaatteiden tapaan raskaista ja jäykistä kankaista. Valitsemani kankaat olivat puuvillatvilli, villa, denim, doubleface gabardiini ja puuvillabartistini.

Puuvillatvillin valitsin sen takia, että se on kestävä ja sillä on juurensa työvaatetuksessa. Halusin tehdä yksiolkaimisen paidan tästä kankaasta, koska kangas pitää muotonsa ja antaa täten paidalle graafisen ja selkeän muodon.

Villa taas on puvuissa käytetty materiaali (vrt. sivu 29). Materiaalina se laskeutuu kauniisti ja antaa mielestäni liiville hienostuneemman ilmeen.

Doubleface gabardiini oli selkeä valinta takkikankaaksi, koska se on perinteinen tressikangas. Sain tämän kankaan lahjoituksena Turo Tailorilta. Tein myös malliston housut tästä kankaasta. Tämän valinnan tein että saan housuista samanväriset kuin takista.

Denim valikoitui mallistoon samasta syystä kuin puuvillatvilli. Tälläkin materiaalilla on vahvat juurensa työvaatetuksen historiassa ja kangas on kestävä (vrt. sivu 37). Denim on materiaalina sukupuoleton ja pidän sen väristä. Halusin tehdä venepääntiepaidan tästä kankaasta ja lopulta päädyin tekemään myös shortsihameen siitä.

Puuvillabatistini on ainut vähän laskeutuvampi ja kevyempi kangas, joka mallistoon tuli. Kauluspaidat ovat yleisesti aika jäykkiä, joten tahdoin tehdä oman mallistoni kauluspaidasta vähän kevyemmän ja ilmavamman, joten batistini oli loistava ratkaisu siihen. Kangas on myös hiukan läpikuultavaa. Ajatuksenani oli, että tämä materiaali toisi vähän vaihtelua malliston muuten niin jäykkiin materiaaleihin.



Kuva 44: Materiaalit



## 5.5 VÄRIT

Kun aloin suunnittelemaan opinnäytetyömallistoani, oli selkeää että en halunnut käyttää mustaa, tummansinistä enkä harmaata. Syynä tähän oli se, että olin käyttänyt näitä värejä aiemmin koulutöissäni ja lisäksi ne ovat värejä, jotka toistuvat jatkuvasti miesten muodissa (vrt. sivut 28 ja 30). Halusin kokeilla jotain uutta ja vähän haastaa itseäni tältäkin osalta. En myöskään halunnut käyttää ”feminiinisiä” värejä, koska se olisi ollut minusta liian helppo ratkaisu. Tiesin, että halusin pitää väripaletin kuitenkin neutraalina.

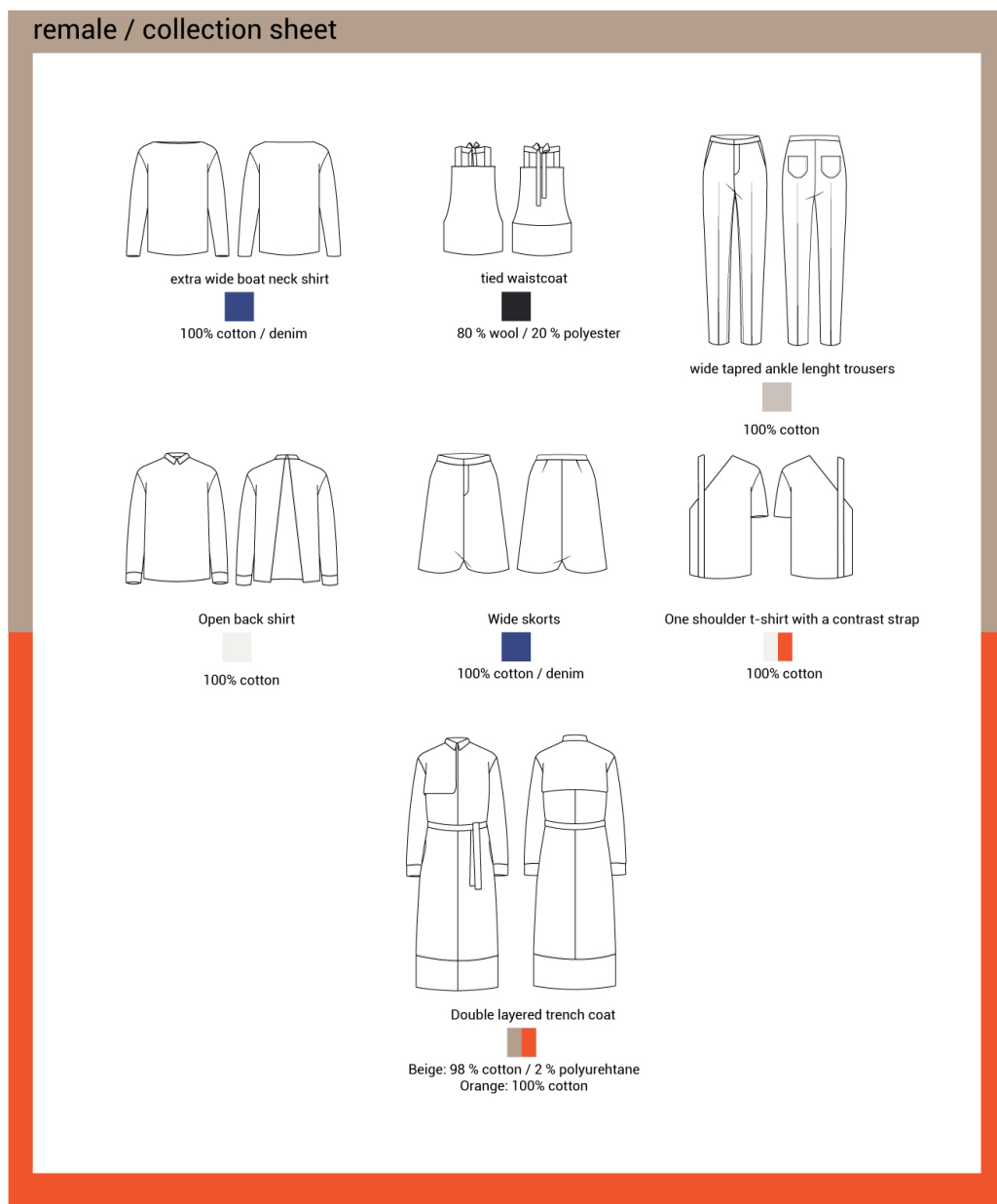
Lopulta malliston väreiksi muodostui beige, valkoinen, deniminsininen, oranssi ja musta. Beigen, valkoisen ja deniminsinisen otin sen takia, koska ne ovat neutraaleja, eivätkä sukupuolittuneita värejä. Vaikka en halunnut mustaa mallistoon, tuli se siihen pakon sanelemana. En löytänyt sopivaa kangasta liiviin ja lopulta löysin mielestäni kauniin mustan villakankaan, joten otin sen. Valmistusvaiheessa tämä osoittautui hyväksi valinnaksi. Oranssi tuli vähän kuin itsestään. Halusin käyttää mallistossa jotain kirkkaampaa kontrastiväriä ja oranssi tuntui tähän tarkoitukseen sopivalta. Oranssissa on tiettyä optimismia, se on sporttinen ja huomioliivien väri.

Värien ja materiaalien valinta tapahtui aikalailla samaan aikaan. Valinnassa piti ottaa huomioon se, että resurssit materiaalien ja värien valintaan olivat rajalliset. Kangastarjonta Kuopiossa ei ole runsas, joten jo se rajoitti vaihtoehtoja paljon. Vähäisen valikoiman vuoksi käännyin nettikauppojen puoleen ja tilasinkin näytteitä muutamasta paikasta. Nettikaupasta näytekappaleiden hankkiminen ja tilaaminen on kuitenkin hidas, eikä oikean kankaan löytämisestä ole varmuutta, joten en voinut myöskään jättää kaikkia kankaita pelkkien nettikauppojen varaan. Denimkankaan kanssa kävi onni, sillä löysin sen netistä. Oranssin kankaan löytäminen taas oli työn ja tuskan takana. Alkuperäinen kangasvaihtoehto oli loppunut toimittajalta ja netistä ei löytynyt oikeaa sävyä. Lopulta päädyin värjäämään kankaan itse. Fiksuinta olisi ollut värjätä kangas heti itsenäisesti mutta jotenkin ajattelin, että se olisi vaativa ja pitkä prosessi. Itse värjäystapah-tuma ei kuitenkaan ollut vaativa, mutta muutaman kerran täytyi kokeilla, ennen kuin sain haluamani sävyn. Valitettavasti joitakin vaihtoehtoja piti hyllyttää, koska joitakin materiaaleja ei vain yksinkertaisesti löytynyt halutussa värissä. Esimerkiksi moodboardissa (ks kuva 41, sivu 58) näkyvä vihreä väri jouduttiin jättämään pois tästä syystä.



*Kuva 45: Värikartta*

## 5.6 MALLISTOLAKANA



Kuvat 46 ja 47: Mallistolakanat

remale / collection sheet



extra wide boat neck shirt



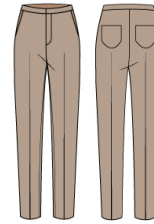
100% cotton / denim



tied waistcoat



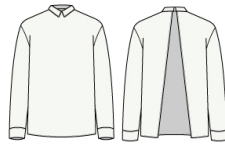
80 % wool / 20 % polyester



wide tapered ankle length trousers



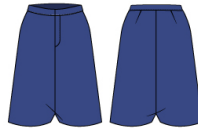
100% cotton



Open back shirt



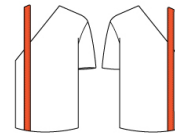
100% cotton



Wide shorts



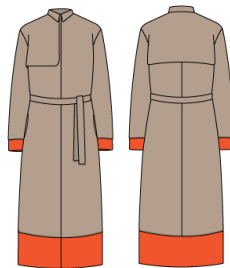
100% cotton / denim



One shoulder t-shirt with a contrast strap



100% cotton

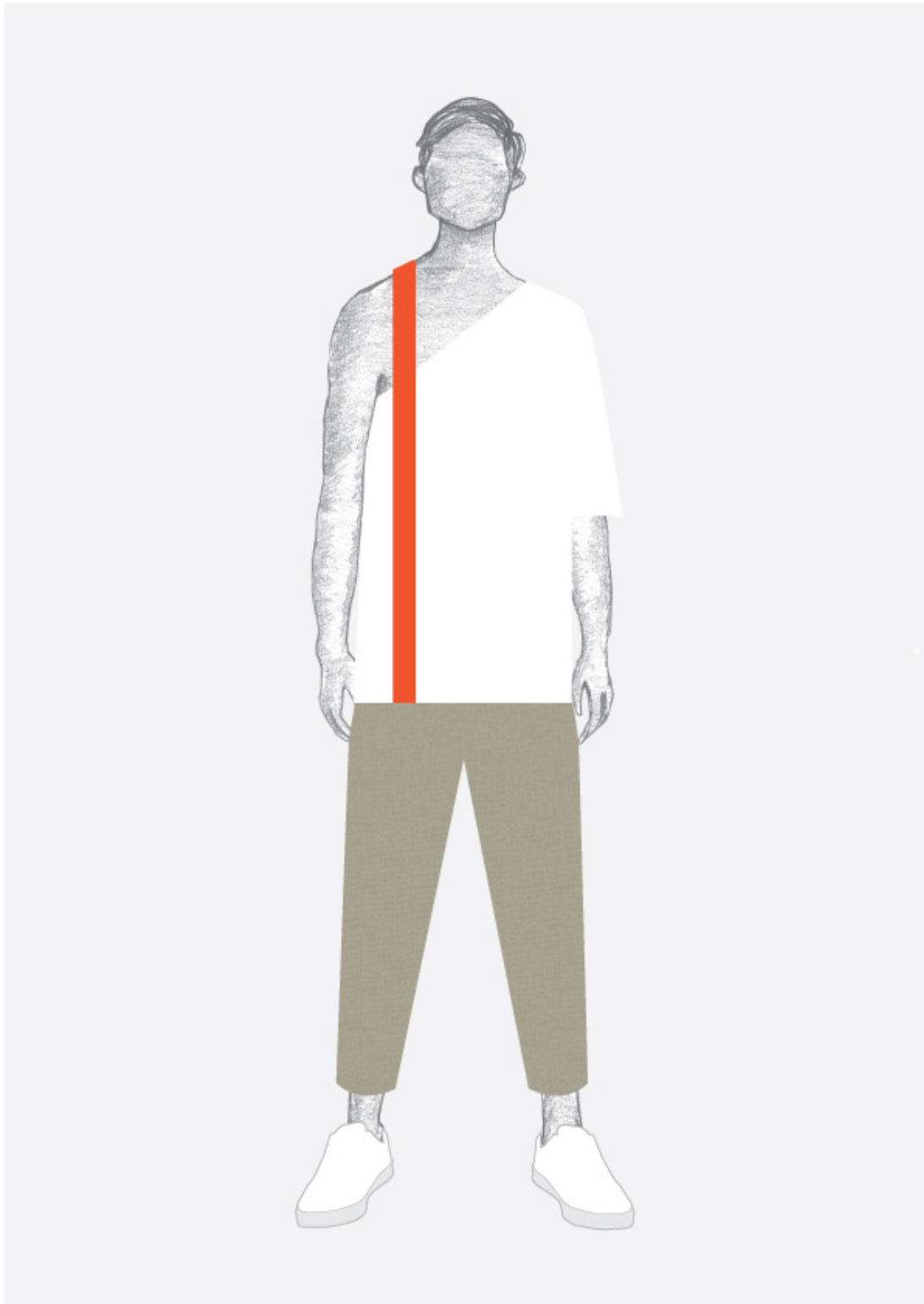


Double layered trench coat



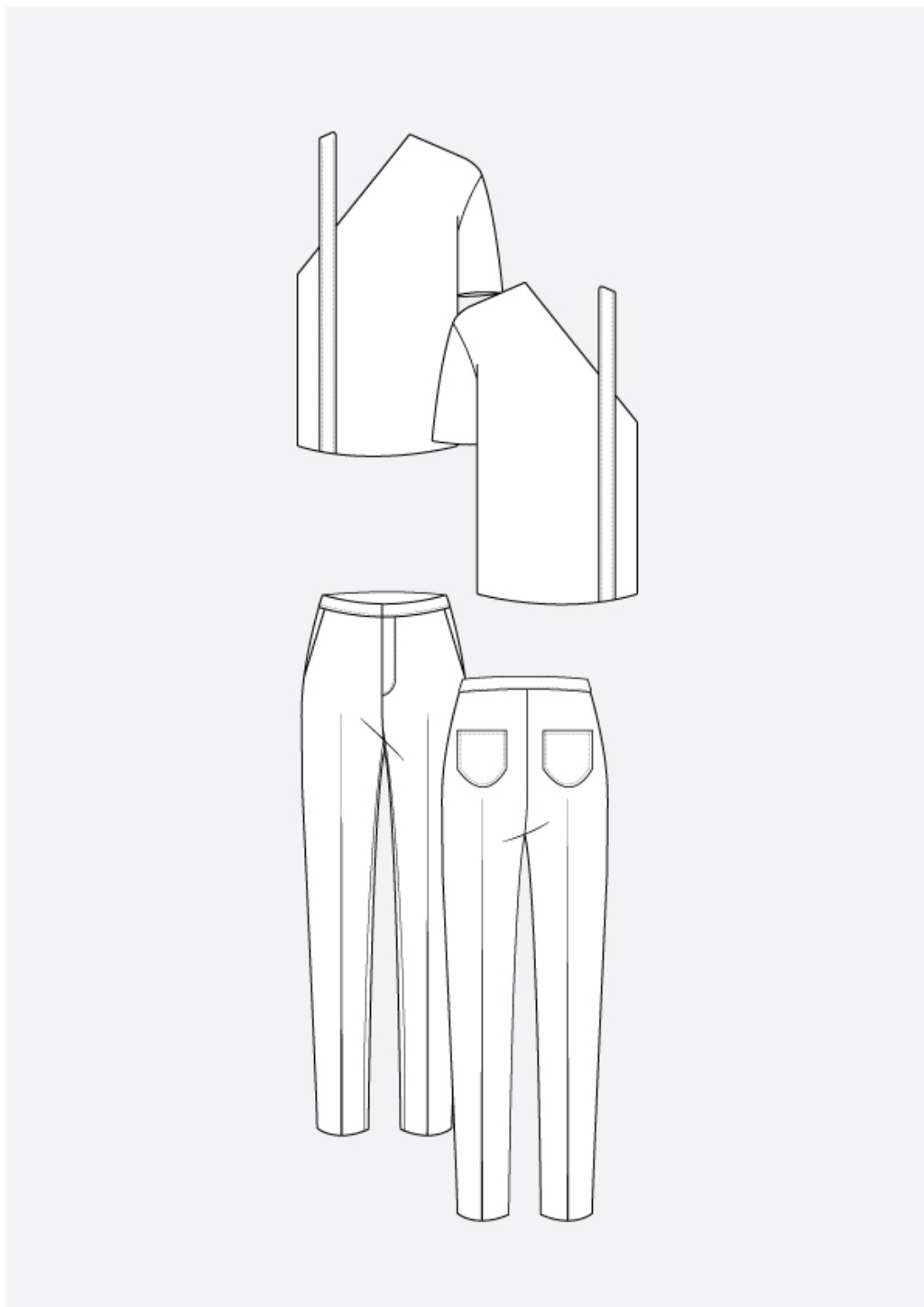
Beige: 98 % cotton / 2 % polyurethane  
Orange: 100% cotton

## 5.7 ESITYSKUVAT



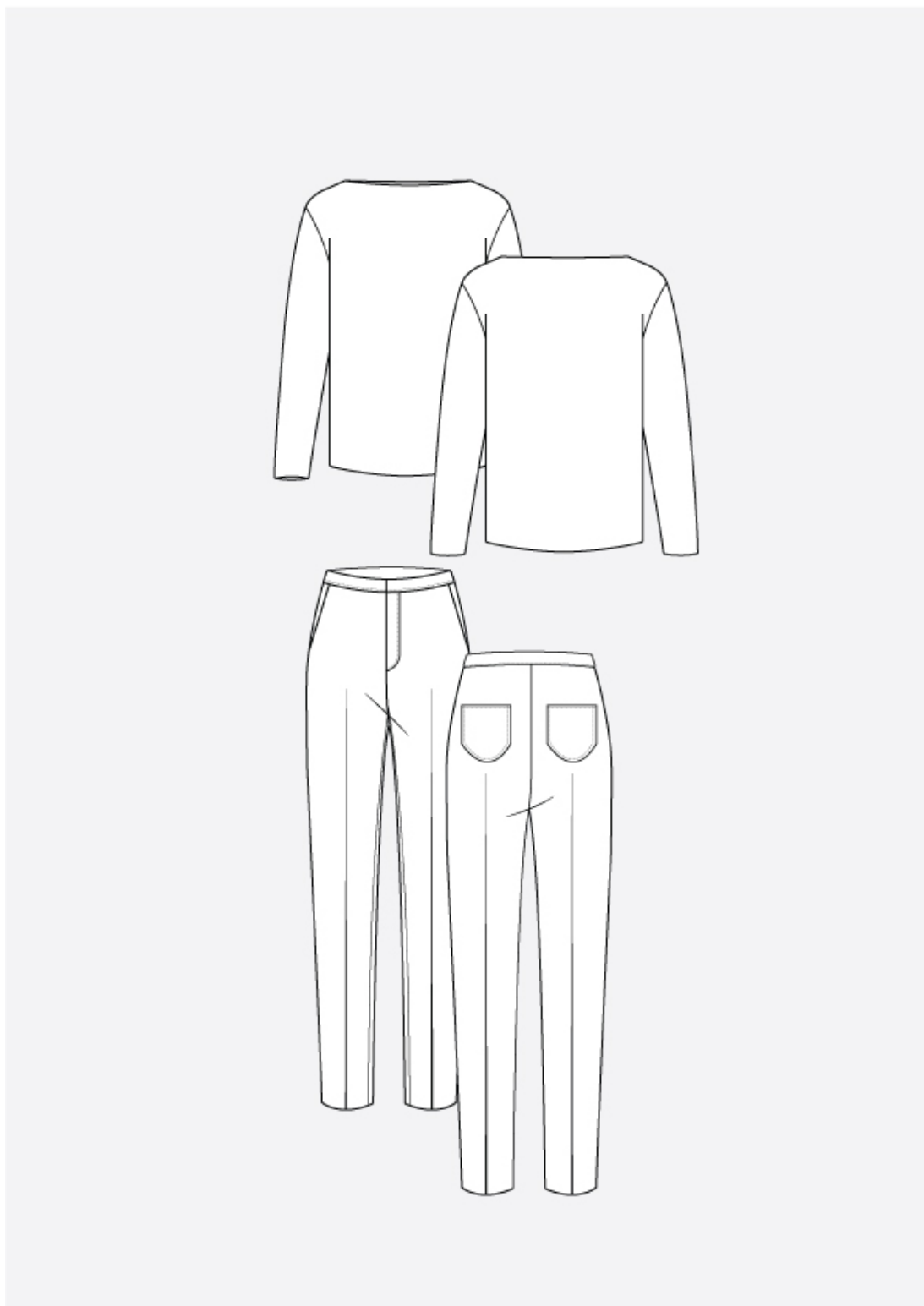
*Kuvat 48 ja 49: Esityskuva 1 ja vaatteiden tasokuvat*





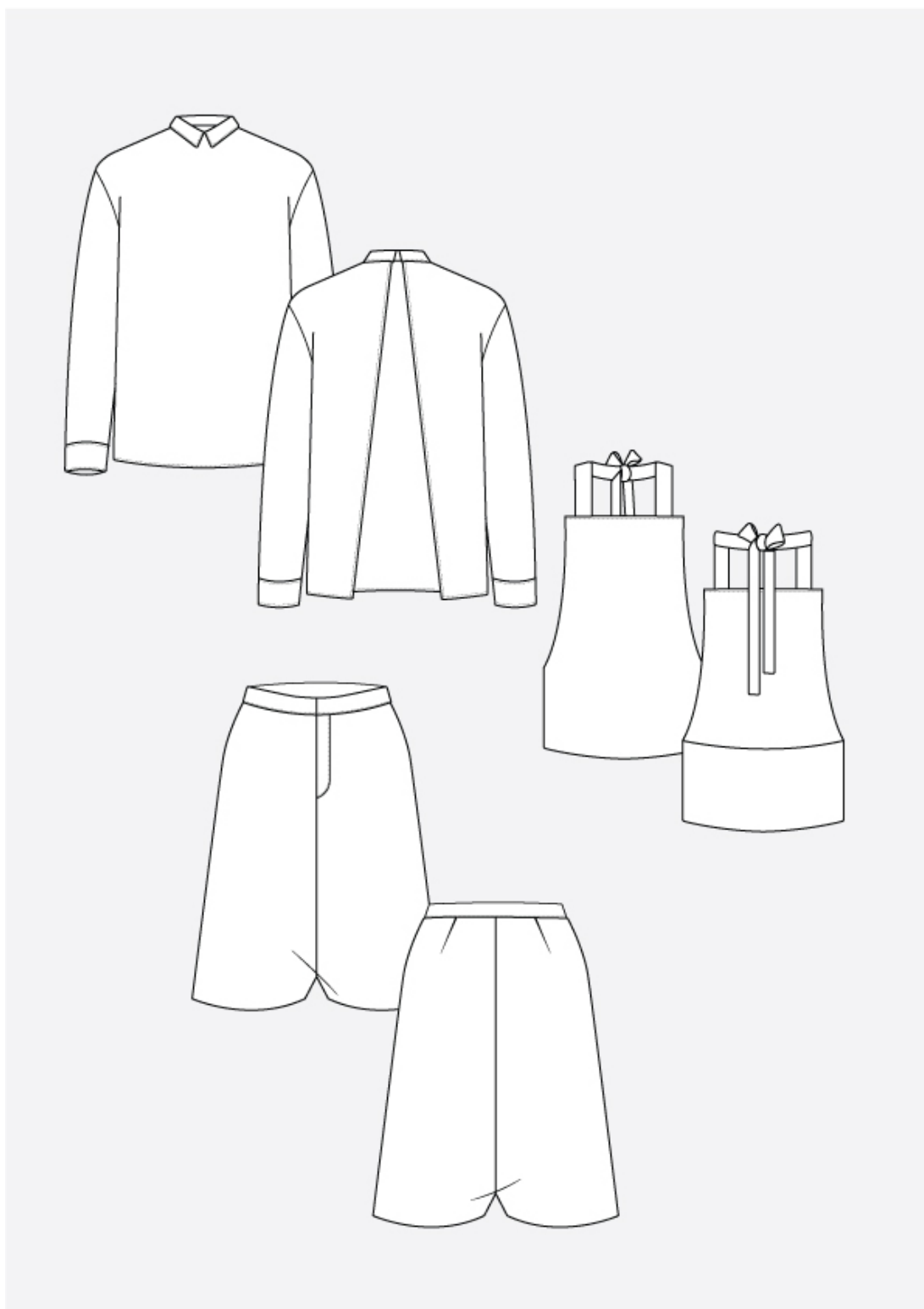


*Kuvat 50 ja 51: Esityskuva 2 ja vaatteiden tasokuvat*





Kuvat 52 ja 53: Esityskuva 3 ja vaatteiden tasokuvat







Kuvat 54 ja 55: Esityskuva 4 ja takin tasokuva



## 5.8 VALMISTUS

Malliston valmistukseen sain avukseni Ingmanedun vaatetusalan opiskelijan Minttu Straniuksen. Stranius oli korvaamaton apu monella tapaa malliston valmistuksessa.

Työnjaon suhteen teimme niin, että minä piirsin vaatteiden kaavat ja valmistin prototyypit ja katsoimme yhdessä tarvittavat muutokset. Koska vaatteet olivat ulkonäöltään selkeitä ja yksinkertaisia, pidin ensisijaisen tärkeänä, että vaatteissa oli hyvät ja tasapainoiset mittasuhteet ja protojen sovituvaiheissa hioimme yhdessä mittasuhteita. Apukäsi oli tässäkin tarpeellinen, koska käytössä ei ollut varsinaista sovitusmallia jotta toimin itse tässä roolissa. Stranius taas keskittyi enemmän ompeluun ja valmiiden vaatteiden valmistukseen.

Ennen valmistusprosessia minun piti miettiä vaatteiden kaikki yksityiskohdat läpi, jotta osaisin antaa selkeät ohjeet ja valmistaminen sujuisi mahdollisemman mutkattomasti. Minulle oli tärkeää, että vaatteissa olisi mahdollisimman vähän näkyviä tikkauksia. Tämä oli pieni yksityiskohta, jonka halusin. Tikkauksilla on toki välillä funktionsa, mutta haluan jättää ne pois mikäli mahdollista. Naisten vaatteita katsoessani olen tehnyt huomion, että niissä harvoin on näkyviä tikkauksia, joten sekin oli tapa tuoda pienellä tavalla feminiinisyyttä mallistoon.

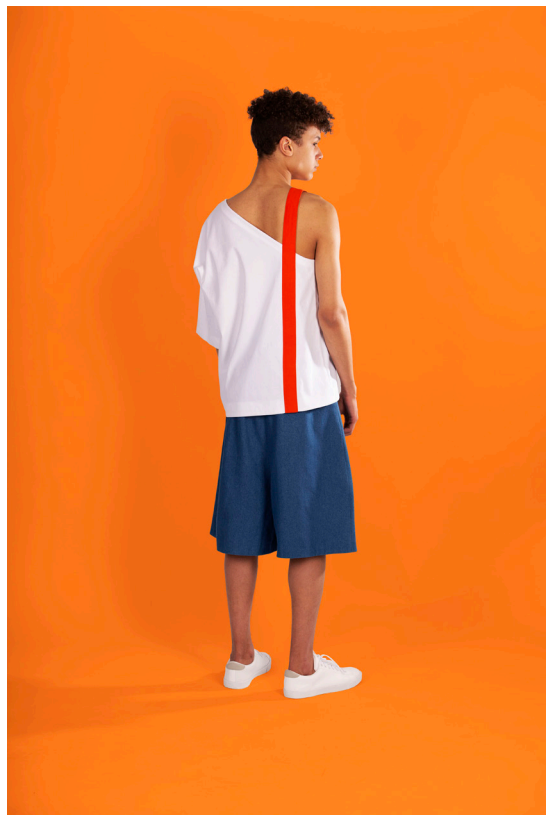
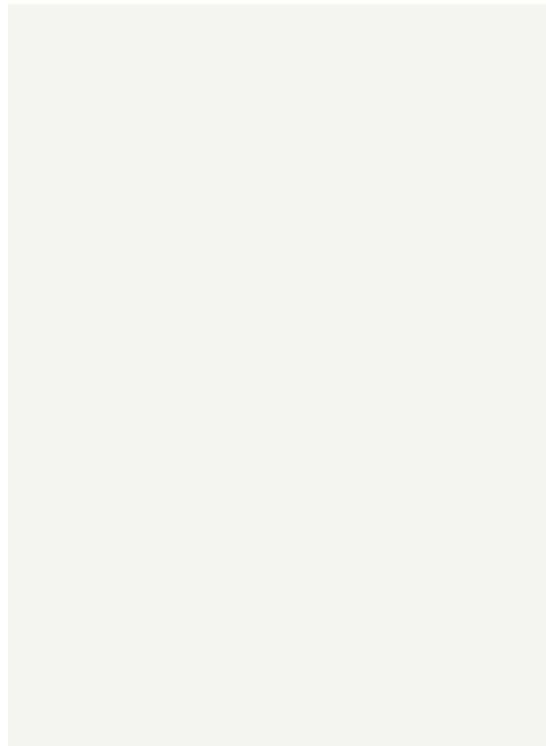
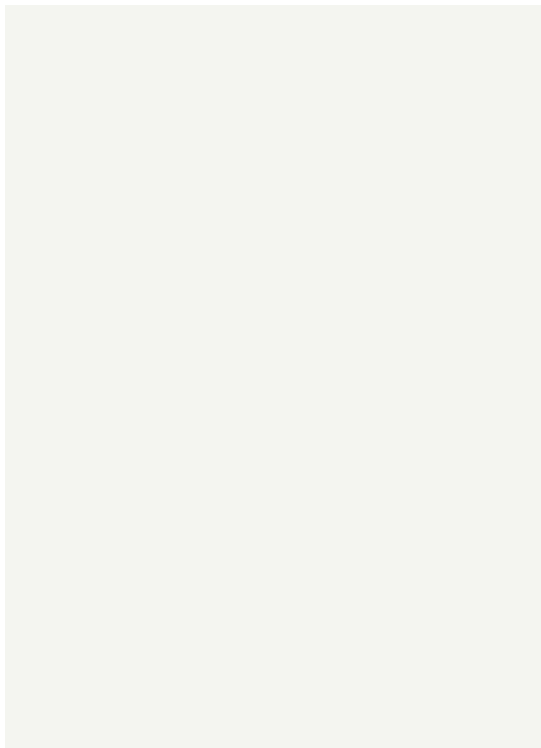
Valmistuksen yhteydessä vaatteisiin tuli muutoksia ja joitain asioita piti miettiä uusiksi. Kaikkien muiden vaatteiden valmistus sujui ilman suurempia ongelmia, mutta malliston takki koki eniten muutoksia matkan varrella. Esimerkiksi takkiin piti alun perin tulla kaksi isoa etutaskua, mutta valmistuksen yhteydessä niistä luovuttiin ja siirsimme taskut sivusaumojen yhteyteen. Takin oranssit osat loivat myös hiukan päänvaivaa: Oikean oranssin sävyn saaminen oli oma työnsä, jonka jälkeen piti miettiä, miten oranssit osat olisivat siisteintä kiinnittää. Yritimme miettiä vaihtoehtoja miten takkiin ei tulisi näkyviä tikkauksia, mutta se osoittautui mahdottomaksi tehdä järkevästi. Lopulta keksimme takkiin ratkaisun, johon olin tyytyväinen ja teki takista paremman näköisen kuin ajattelin. Oranssit osat ommeltiin beigeen miehustaan, jolloin tikkaus tuli miehustaan. Oranssiin kappaleisiin ei tullut näkyvää tikkausta. Tämä ratkaisu oli hyvä ja korosti mielestäni takissa olevaa maskuliinisuutta ja feminiinisyyttä.

Kokonaisuudessaan työskentely Straniuksen kanssa oli hauskaa ja palkitsevaa. Ongelman ilmaantuessa pystyimme yhdessä pohtimaan sitä ja ratkaisemaan pulman. Vastavuoroisuus oli ehdottomasti työskentelyn parasta antia.

## 5.9 LOOKBOOK



*Kuva 56: Lookbook-kuva 1*



*Kuva 57: Lookbook-kuva 2*



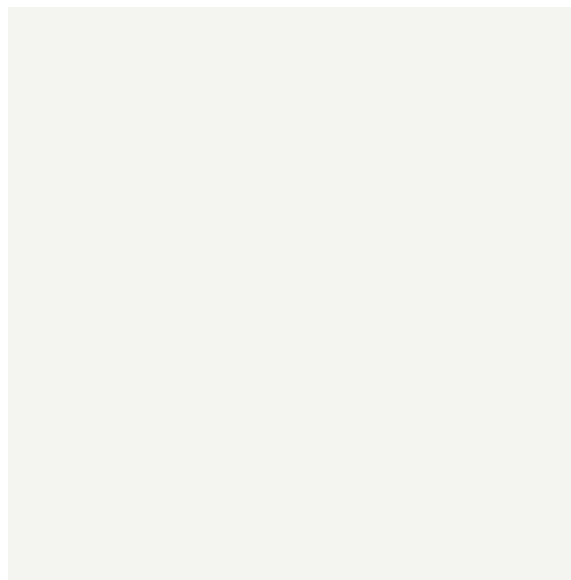
*Kuva 58: Lookbook-kuva 3*



*Kuva 59: Lookbook-kuva 4*



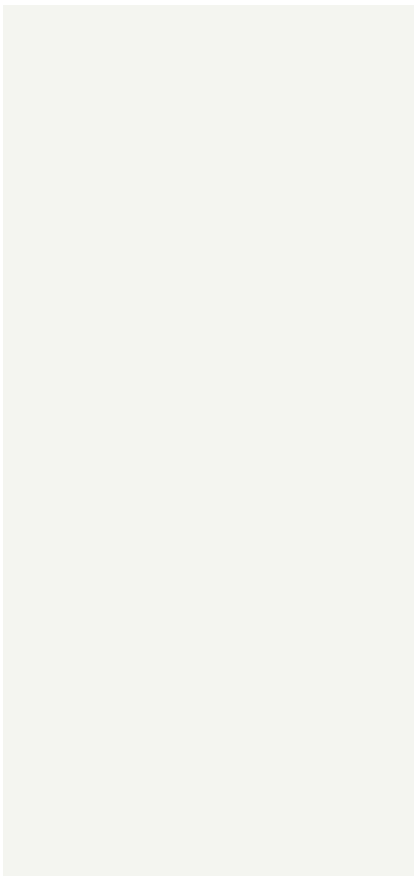
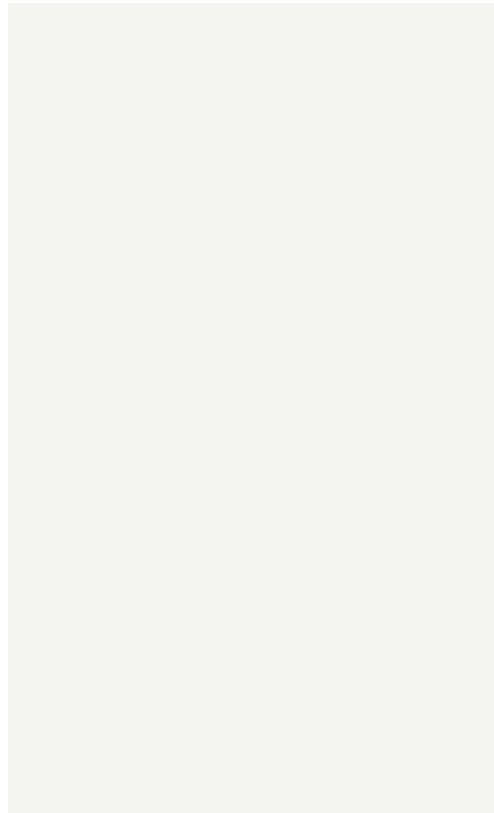
*Kuva 60: Lookbook-kuva 5*







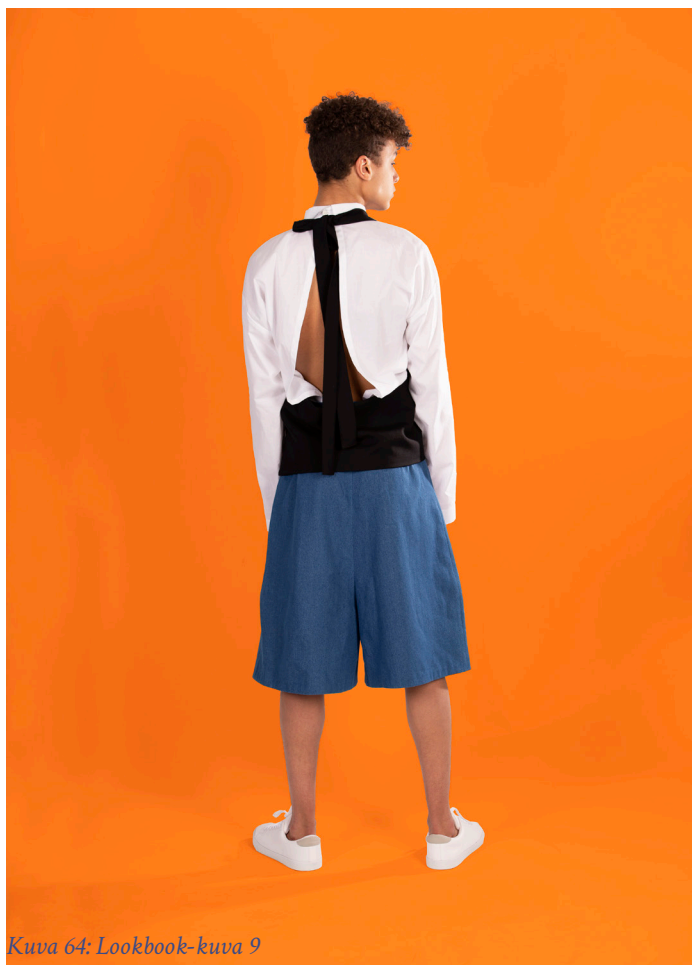
Kuva 61: Lookbook-kuva 6



Kuva 62: Lookbook-kuva 7



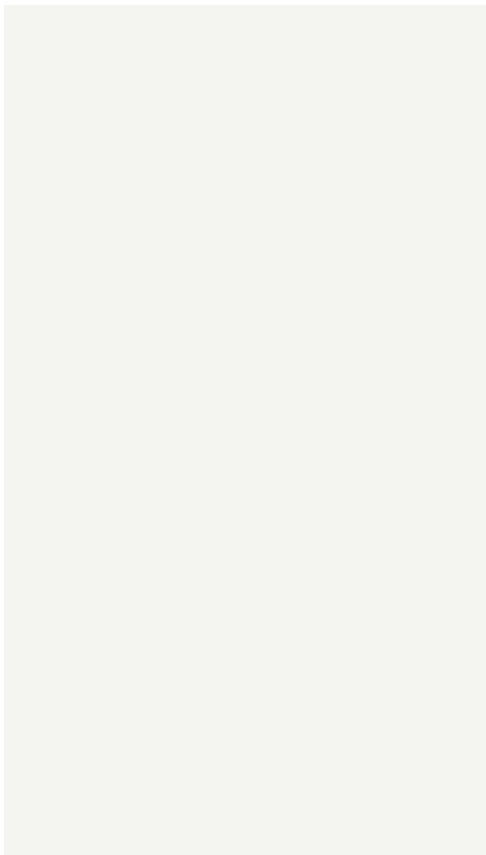
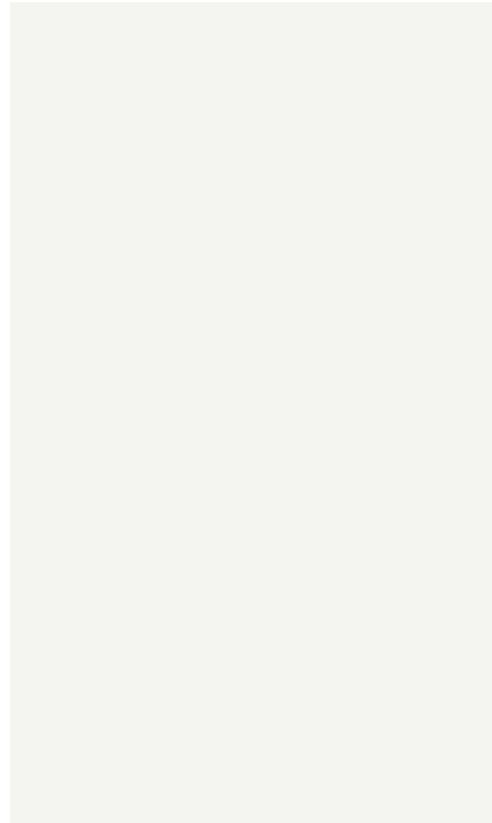
*Kuva 63: Lookbook-kuva 8*



*Kuva 64: Lookbook-kuva 9*



*Kuva 65: Lookbook-kuva 10*



*Kuva 66: Lookbook-kuva 11*

## 5.10 MALLISTOANALYYSI

Tavoitteenani oli suunnitella ja toteuttaa miesten vaatemallisto, joka yhdistäisi maskuliinisia ja feminiinisiä piirteitä keskenään leikkauksen, materiaalin ja värien avulla. Omasta mielestäni onnistuin tavoitteessani malliston kohdalla. Peloistani huolimatta lopputulos edustaa omaa kädenjälkeäni, esteettistä näkemystäni ja minua suunnittelijana. Vaatteet ovat yksinkertaisia, mutta niissä on silti jotain erikoista. Tavoitteenani oli myös saada vaatteet ja värit toimimaan keskenään ja ainakin omaan silmääni vaatteet toimivat hyvin yhdessä.

Kun aloin suunnittelemaan vaatteita, en ollut vielä tehnyt kunnolla läpi taustatutkimusta maskuliinisuuteen ja feminiinisyteen liittyen ja loin malliston pohjan ns. vajaalle tiedolla. Jälkikäteen katsottuna minun olisi ollut kannattavampaa tutustua ensiksi aineistoon ja ryhtyä sitten vasta suunnittelemaan kunnolla, koska kun olin päättänyt, että joku asia on näin, niin minun oli hankala haudata idea ja tämä taas loi tarpeetonta luomisen tuskaa prosessiin. Kunnan pohjan luominen siis suunnitteluprosessille heti alussa olisi ollut hyväksi, eikä rakentaa sitä matkan varrella. Minua hiukan helpotti se, että minulla oli jonkinlainen ennakkokäsitys ja tietoa miesten ja naisten muodista, mutta aiheeseen kunnolla syventyminen ennen luonnostelua olisi ollut varmasti hyväksi. Luova prosessi muuttuu aina yleensä matkan varrella, mutta koin että välillä yritin rakentaa mallistoa varsin huteralle pohjalle vajavaisilla tiedoilla.

### Kokonaisuus tarkastelussa

Mallistoon tuli 4 yläosaa, 2 alaosaa ja 1 takki. Yläosia oli siis enemmän kuin alaosia. En malliston suunnitteluvaiheessa nähnyt tarpeelliseksi suunnitella alaosia enempää. Tähän päätökseen vaikutti lähinnä se, että housut ovat maskuliininen vaate lähtökohteisesti ja hameiden lisääminen mallistoon olisi tuntunut taas liian suoralta viittaukselta feminiinisyteen. Housuja olisi toki voinut varioida käyttämällä vaikkapa kevyempää ja laskeutuvampaa kangasta, mutta se ei taas tuntunut sopivan yhteen loppumalliston kanssa. Vaihtelevuuden lisäämiseksi housut olisi voinut tehdä samasta denimkankaasta kuin mallistossa olevan shortsihameen, mutta aika oli suunniteltu seitsemälle toteutettavalle vaatekappaleelle. Loppuvaiheissa mietin, että mikäli idea olisi tullut jo alkuvaiheessa, olisin halunnut lisätä mallistoon vielä yhden vaateen. Koska en halunnut lisätä alaosia ja yläosia oli jo tarpeeksi, oli yksi idea haalari. Idea haalariin tuli kun keskustelin ystäväieni kanssa mallistosta ja mahdollisesta yhdestä lisävaatteesta. Haalari olisi ollut hauska lisä. Omaan tietämykseeni luottaen haalari on perinteisesti ollut miehillä työvaate ja naisilla enemmänkin juhla-/arkivaate, joten olisi ollut hauskaa päästä yhdistämään nämä elementit keskenään. Haalarin väriksi olisi tullut oranssi, ja se olisi minusta hyvin solminut malliston paremmin kokonaisuudeksi, koska lopputuotoksessa oranssia on suhteellisen vähän. Olen värivalintoihin tyytyväinen, lukuun ottamatta oranssin puutetta, koska onnistuin välttämään tummansinisen ja tummanharmaan.

Mielestäni sain pidettyä vaatteissa suhteellisen yhtenäisen linjan siluetin avulla ja pitämällä yksityiskohdat kaikissa vaatekappaleissa minimissään. Yksiolkaimista t-paitaa, takkia ja liiviä yhdistivät remmiyksityiskohdat. Asia joka jäi minua mietityttämään, oli

se, että tuntuuko t-paidan oranssi remmi irralliselta muuhun mallistoon verrattaessa, koska takin vyö ja liivin remmit ovat kuitenkin samanvärisiä koko vaateen kanssa.

Materiaalivalintoihin olen tyytyväinen, koska ne toivat vaatteille sen ilmeen jota tavoittelin. Tässäkin kohtaa kuitenkin joudun toteamaan, että haalari olisi ollut myös siinä mielessä hyvä lisä mallistoon, koska sen materiaaliksi olisi tullut joku laskeutuvampi ja kevyempi materiaali, joka olisi taas linkittynyt kauluspaidan materiaaliin.

## Omaa tyyliä hakemassa

Pitkin suunnittelua ja valmistusprosessia painin paljon vaatteiden ulkonäön kanssa. Olisiko minun pitänyt revitellä ja irrotella enemmän vaatteiden kanssa ja tehdä hurjempaa ja isompaa ja pelasinko liian varman päälle? Malliston kanssa minun ei olisi tarvinnut miettiä asiakasta ja suurempaa tuotantoa sekä sen tuomia haasteita, joten oliko opinnäytetyö hukattu mahdollisuus? Vaikka mietin asiaa vieläkin hiukan, tulin loppuen lopuksi siihen tulokseen, että selkeys ja funktionaalisuus ovat enemmän minun juttujani. Vaikka johdannossa sanoin, että haluan toteuttaa malliston ilman kaupallisuuden asettamia rajoja, ajattelin silti paljon vaatteita ja niiden käytettävyyttä ja mietin jokaisen vaateen kohdalla sitä, että käyttäisinkö vaatetta itse ja missä sitä ylipäättään käyttäisin. Minulle on kuitenkin tärkeää, että vaatteissa pystyy elämään ja että ne toimivat arjessa, niin tylsältä kuin se kuulostaakin. Minä en myöskään missään vaiheessa halunnut tehdä liian trendikkäitä vaatteita joiden käyttöikä olisi lyhyt ja sidottu tähän hetkeen, vaikka muoti ja vaatteet aina peilaavatkin ajan henkeä. Tietenkin tiedostan että keskustelu sukupuolesta on nyt pinnalla ja se vaikutti inspiraatiooni ja koko mallistoon. Toivon kuitenkin vaatteiden tuntuvan relevanteilta ja käytettäviltä vielä 10 vuodenkin päästä.

## Vikatikkejä

Koska olin itse vastuussa pääsääntöisesti kaavoituksesta, niin kokemuksen puutteen vuoksi jotkut mittasuhteet olivat minulle vaikeita ymmärtää. Esimerkiksi housujen taskut jäivät hiukan pieneksi ja housujen ja shortsihameen litsi ja vetoketju jäivät vähän liian lyhyeksi. Nämä toisaalta ovat sellaisia virheitä, jotka eivät maailmaa kaada ja jotka voidaan helposti välttää tekemällä yksityiskohtaisemmat protot. Ne protot jotka mallistoa varten tein, keskittyivät lähinnä vaateen siluettiin ja mittasuhteisiin. Vaatteita valmistaessa huomasin, että minun olisi järkevää luottaa omaan vaistooni. Muutama virhe olisi voitu välttää jos olisin tehnyt niin kuin oma vaistoni sanoo. Opin kuitenkin valmistuksen aikana paljon, mutta tiedostan myös sen että minulla on vielä paljon opittavaa vaatteiden rakenteista ja se on ammattitaito, jota minun pitää aktiivisesti kehittää.

Kaiken kaikkiaan olen iloinen lopputuotoksesta, vaikka siitä löytyy puutteita. Mallistosta tuli sellainen niin kuin halusinkin ja voin omasta mielestäni ylpeydellä esitellä malliston ja käyttää sitä portfoliossani.



## 6. POHDINTA

Opinnäytetyön tekeminen oli antoisaa, mutta myös haastavaa. Keksittyäni opinnäytetyölle aiheen ja saatuaani sille hyväksynnän, tuli heti ensimmäinen haaste vastaan. Koska halusin tutkia ja ymmärtää maskuliinisuutta ja feminiinisyyttä käsitteinä, jouduin etsimään lähteitä aiheeseen liittyen. Minulla ei ollut aiempaa kokemusta tällaisesta tiedonhankinnasta. Lähteitä kuitenkin löytyi lopulta kirjastosta ja tutkimalla muiden samankaltaisten opinnäytetöiden lähdeluetteloja.

### Tiedon lähteillä

Kun aloitin tiedonhaun, oli mielessäni johdannossakin esitetyt kysymykset: Mikä tekee miehestä maskuliinisen ja naisesta feminiinisen? Miksi nainen saa olla maskuliininen mutta mies ei feminiininen? Miksi maskuliinisuus on käsitteenä kapea? Tiedostin nämä yhteiskunnan kirjoittamattomat säännöt, mutta en vain ymmärtänyt syitä niille.

Tietoperustan hankkimisen kautta sain vastaukset kysymyksiini. Historialla on luonnollisesti ollut vaikutus siihen, miten nämä ominaisuudet nähdään. Syyt löytyvät pitkälti työnjaosta ja siitä, miten yhteiskunta alkoi muodostua uudelleen 1800-luvulla. Miehet suuntautuivat työelämään ja naisista tuli miehensä kodinhoitajia. Maskuliinisuus saavutetaan tekojen kautta ja naisuus enemmänkin vain "olemalla". Määrittely tapahtuu pitkälti vastakohtien avulla, eli sitä mitä mies on, ei nainen voi olla. Siinä missä mies on vahva toimija, kuuluisi naisen olla passiivinen ja lähinnä miehensä jatke. Feministinen liikehdintä on saanut muutoksen aikaan ja muutosta tapahtuu edelleen: Naisten rooli nähdään nyky-yhteiskunnassa laajemmin ja heillä on mahdollisuus nousta samalle tasolle miesten kanssa. Tämä tosin on vain lujittanut "maskuliinisten" piirteiden arvostusta ja tehnyt feminiinisyydestä vähemmän haluttavan piirteiden kirjon, niin miehillä kuin naisilla itsellensäkin. Siinä missä nainen voi liikkua feminiinisyyden ja maskuliinisuuden maastoissa, ei miehellä ole samaa oikeutta. Mikäli mies siirtyy feminiiniselle puolelle, hänet helposti leimataan heikoksi ja epämiehekkääksi, mikä on taas maskuliinisuuden perisynti. Tämä taas aiheuttaa ongelmia miehille ja yhteiskunnalle, jonka takia myös miehen asema yhteiskunnassa vaatii uudelleenmäärittystä.

Omalla kohdallani tämä uudelleenmäärittys tapahtui vaatteiden kautta, vaikka en usko, että kaikki maailman miehet alkaisivat yhtäkkiä käyttämään suunnittelemani yksioлкаimisia paitoja tai pukeutumaan hameisiin. The New York Times -lehden artikkelissa "A Men's Wear Revolution" (2014) Alexander Fury pohtii naisellista miesten muotia ja toteaa artikkelin lopussa, että on tärkeää että tällaisia vaatteita tehdään, koska ne tarjoavat vaihtoehdon. Tästä olen samaa mieltä. Olen kuitenkin tietoinen että yhteiskunnan rakenteita ei muuteta pelkästään muutamalla vaatteella, koska epäkohdat ovat syvälle

juurtuneita ja monen asian summa. Mielestäni on kuitenkin hyvä lisätä vaihtoehtoja perinteiselle maskuliiniselle pukeutumiselle, koska se laajentaa myös maskuliinisuuden kirjoa ja auttaa muuttamaan käsitystä siitä ja siitä mikä on hyväksyttävää miehille.

Minulle oli tärkeää ymmärtää rakenteita maskuliinisuuden ja feminiinisuuden takana, jo silkasta mielenkiinnosta aiheeseen mutta myös suunnitteluprosessin kannalta. En halunnut, että vaatteet olisivat liian stereotyyppisiä tai valintani liian kirjaimellisia. Näkisin, että suunnittelijan on hyvä ymmärtää yhteiskuntaa ja sen tapahtumia, koska kuten jo aiemmin puhuin, yhteiskunta ja ajanhenki materialisoituvat vaatteissa. Tieto ja ymmärrys aiheesta muuttivat omaa käsitystäni aiheesta ja antoivat työkalun ajatella asioita toisin. Toiveenani oli, että vaatteissa olisi hyvä tasapaino ja että feminiinisyys ilmenisi vaatteissa enemmän henkisinä ominaisuuksina kuin stereotyyppisinä vaatteiden ominaispiirteinä. Tämän takia jätin pois koristeellisuuden, hempeät värit ja liiallisen paljastavuuden.

## Historiaa hahmottamassa

Miesten muodin historiasta kirjoittaminen oli minulle mieleistä. Olen aina ollut aina kiinnostunut muodin historiasta ja minusta historian tuntemus tärkeä osa mitä tahansa suunnittelua. Sillä tavoin saa käsityksen, mitä on ollut ja mikä siihen on vaikuttanut. Muoti lainaa ja peilaa menneestä ja itselleni siitä on suuri apu kun tiedän, mistä mikäkin viittaus on peräisin. Tällä tavalla sain myös omaan mallistooni paremman otteen ja pystyin perustelemaan mallistooni tekemät valinnat järkevästi. Päätös jättää mallistosta pois tummansininen ja tummanharmaa johtui pelkästään siitä, että ne toistuivat läpi historian miesten vaatteissa. Tämän lisäksi halusin jättää pois liialliset viittaukset urheiluvaatteisiin. Omassa opinnäytetyössäni historian osuus on rajattu ja sisältää opinnäytetyön kannalta tärkeän ja oleellisen. Vaikka kaikki tieto ei opinnäytetyöhön päätenyt, antoi historiaan tutustuminen minulle kuitenkin hyvän pohjan ja siihen päälle on hyvä alkaa keräämään lisää tietoa.

Tämä opinnäytetyön osuus kasvatti omaa ammattitietämystäni, joka taas nosti amatillista itsetuntoani. Minun olisi ehkä hyvä ollut tutustua naisten muotiinkin, jotta olisin voinut käyttää sitä suunnitteluprosessissa. Toisaalta tämä olisi tehnyt opinnäytetyöstä liian laajan. Tietoperustan hankkiminen oli minulle tärkeää jatkoakin ajatellen: Olen pohdiskellut jatko-opintovaihtoehtoja, ja esimerkiksi muodin tutkimus kuulostaa kiinnostavalta vaihtoehdolta. Tutkimuksen tekeminen perustuu pitkälle tiedon hankkimiseen ja opinnäytetyön myötä pystyin testaamaan sen mielekkyyttä itselleni. Kirjoittaminen vähäisen kokemuksen takia oli välillä hankalaa, mutta pidin silti tiedon etsimisestä. Päädyinpä mihin tahansa vaihtoehtoon, tiedän, että tietoperustan hankkiminen oli hyödyllistä ja pystyn soveltamaan sitä tulevaisuudessakin. Nyt ymmärrän paremmin sitä kokonaisuutta, joka muotiin ja vaatteisiin vaikuttaa.

## Suunnitteluprosessista

Pääsääntöisesti suunnitteluprosessi sujui kuten pitkin, enkä kohdannut liian vaikeita esteitä. Ongelmat, joita suunnitteluprosessiin liittyi, olivat enemmänkin henkisiä. Läpi prosessin pohdin paljon vaatteiden ulkonäköä ja suunnitteluprosessin aikana mietin, onko opinnäytetyöni hukattu mahdollisuus. Minun olisi ollut mahdollista suunnitella vaikka mitä, koska tämä suunnitteluprosessi oli enemmän luova ja omaan ilmaisuun pohjautuva kuin kaupallinen. Lopputulos kuitenkin mielestäni on maltillinen, käytettävä ja helposti lähestyttävä.

Minulla oli tavoitteena löytää enemmän omaa suunnittelutyyliäni ja sen minä myös opinnäytetyön myötä tein. Oma tyylini selvästi nojaa enemmän käytännöllisyyteen ja pyrin suunnittelutyössäni miettimään vaatteiden toimivuutta arjessa. Eli ehkä minä olen enemmän käyttö kuin taidevaatesuunnittelija. Toisaalta en näe, etteivätkö nämä kaksi asiaa toimisi yhdessä. Tässä mielessä olisi ollut järkevämpää ehkä sittenkin miettiä mallistoa asiakasryhmän, kaupallisuuden ja teollisuuden näkökulmasta. Olin opinnäytetyön alkuvaiheissa hyvin varma halustani toteuttaa ”taiteellisempi” ja kokeilevampi mallisto, jonka takia tässä työssä ei ole otettu huomioon kohderyhmää ja sen tutkimista.

Joka tapauksessa vaikka lopputulos ei ole hullutteleva muodin ilotulitus, se on kuitenkin minun näköiseni. Opinnäytetyön toisessa kappaleessa puhun halustani keskittyä kestävään muotoiluun ja pysyä kaukana trendivaatteiden suunnitellusta, joiden elinikä on surullisen lyhyt. Valitsemaani aihetta toki voi pitää ”trendikkäänä”, koska se on nyt pinnalla ja siitä keskustellaan. Omasta mielestäni onnistuin kuitenkin säilyttämään vaatteissa sen ajattomuuden ja klassisuuden hengen, johon pyrinkin. Toivon kuitenkin, että vaatteet silti näyttävät katsojan silmissä moderneilta, vaikka vaatteiden mallit ovatkin yksinkertaisia.

Olen vähän kahden vaiheilla, koska opinnäytetyön kannalta olisin voinut olla kokeilevampi materiaalien ja mallien kanssa. Toisaalta mikäli olisin alkanut käyttämään mallistossa erikoisia tai nyt pinnalla olevia materiaaleja, olisi vaatteiden ajattomuus saatanut kärsiä. Lopputulos feminiinisyydestä huolimatta on aika maskuliininen, joten olisin voinut runsaammalla kädellä lisätä feminiinisyyttä mallistooni. Tästä huolimatta olen sitä mieltä, ettei opinnäytetyö missään nimessä ollut hukattu mahdollisuus, päinvastoin.

## Haasteita

Suunnitteluprosessiin itsessään olisin voinut valmistautua vielä vähän paremmin, koska näin olisin saanut enemmän itsevarmuutta eikä minun olisi tarvinnut hidastaa tahtia turhan mietiskelyn takia. Valmistautumisella tarkoitan tässä tapauksessa sitä, että minun olisi kannattanut ensiksi tutustua kunnolla lähdemateriaaliin ennen suunnittelua. Aloitin suunnitteluprosessin jo tiedonhankinnan aikana, joten se toi omat haasteensa.

Suunnittelun ja valmistuksen aikana myös aikataulun hallinta oli välillä haasteellista, vaikka pysyin suhteellisen hyvin aikataulussa. Joitakin asioita olisi voinut kuitenkin hoitaa heti ja miettiä selkeämpää työjärjestystä joidenkin vaatteiden kohdalla. Esimerkiksi jos olisin hoitanut oranssin kankaan hankinnan hyvissä ajoin, ei sen kanssa olisi tullut kiire ja ylimääräistä stressiä. Olin tyytyväinen siihen, että osasin miettiä aika pitkälle yksityiskohtia, kun valmistuksen aika koitti. Tosin takki teki tässä poikkeuksen, koska se muuttui eniten ja siihen jouduin keksimään ratkaisuja matkan varrella. Kun mallisto oli lopulta valmis, huomasin, että se olisi kaivannut lisää oranssia väriä, koska se olisi tehnyt siitä yhtenäisemmän. Tämä minun olisi pitänyt ottaa huomioon jo suunnitteluvaiheissa. Toivon kuitenkin, että on mallisto silti yhteneväisen näköinen ja oranssin vähyys ei tee säröä kokonaisuuteen.

Olin onnekas, että minulla oli apuna Minttu Stranius, koska se auttoi suuresti prosessin etenemisessä ja olen aika varma, että lopputulos olisi hyvin erilainen ilman hänen panostaan. Työskentely Straniuksen kanssa opetti minulle kommunikointia ja sen tärkeyttä osana valmistusprosessia. Lisäksi stressinhallintataitoni paranivat. Välillä aikataulut pettivät itsestä riippumattomista syistä ja asiat eivät aina onnistu. Tällöin on hyvä osata hengähtää ja tehdä suunnitelma B. Kaikkeen yleensä löytyy ratkaisu.

## Kaupallinen potentiaali?

Oma mallistoni ei ollut kaupallinen enkä tehnyt sitä asiakas etusijalla, mutta tiedostan kaupallisuuden olevan tärkeä osa vaatesuunnittelua, ainakin jos sillä mieli elää.

Jos mallistoa tarkastellaan kaupallisuuden näkökulmasta, niin näkisin sillä olevan potentiaalia. Vaatteet ovat hillittyjä, mutta niissä on kuitenkin jotain pientä, mikä erottaa ne perusvaatteista. Vaatteet eivät myöskään ole liian trendikkäitä, joten niiden käyttöikä on toivottavasti pitkä. Luulen kuitenkin että kohderyhmä ja asiakasmäärä olisi rajattu ja oma pieni piirinsä, sillä vaatteet eivät mene täysin yksiin sen kanssa, mikä nyt on trendikästä miesten vaatteissa. Minusta tuntuu myös, että nykyinen ilmapiiri ei välttämättä mene yhteen malliston sanoman kanssa. Malliston housut ja takki voisivat toimia laajemmalla skaalalla, mutta esimerkiksi yksiolkaiminen paita, shortsihame ja selän paljastava kauluspaita saattaisivat olla kyseenalaisia malliensa takia.

Mikäli taas mallistoa mietitään tuotannon kannalta, ovat vaatteet yksinkertaisia valmistaa ja valmistusta voitaisiin vielä varmasti yksinkertaistaa. Vaatteissa ei ole esimerkiksi koristeita tai kirjailuja, jotka mahdollisesti voisivat olla hankalia toteuttaa teollisesti. Lisäksi mallistossa olevien materiaalien määrä on pieni ja esimerkiksi puuvillatavillia käytetään muutamassakin vaatteessa, joten sekin vähentää tuotantokustannuksia.

## Opinnäytetyön merkitys

Kun aloitin tutustumisen aiheeseeni selaamalla muita opinnäytetöitä, en löytänyt täysin aiheittani vastaavaa työtä. Useassa opinnäytetyössä oli sivuttu aiheita, joita minäkin käsittelin ja perehdytty sukupuoleen sekä sen vaikutuksesta pukeutumiseen, mutta lähinnä työt keskittyivät unisex-pukeutumiseen tai naisten maskuliinisiin vaatteisiin. En usko että opinnäytetyöni rikkoo uutiskynnyksiä tai sukupuolen rajoja merkittävästi. En myöskään ole ensimmäinen, enkä viimeinen suunnittelija, joka yhdistää maskuliinisuuteen feminiinisiä piirteitä. Tässä mielessä mallisto ei välttämättä tarjoa suurtakaan uutuusarvoa, ainakaan muotiin perehtyneelle henkilölle. Toivon kuitenkin, että malliston viestillä olisi merkitystä.

Useasti kun sukupuolesta ja sukupuolirooleista keskustellaan, keskustelu painottuu naisiin ja naisten oikeuksiin. On toki selvää, että naisten asemaa ja oikeuksia täytyy edelleen parantaa, niin paikallisesti kuin globaalistikin. Samaan aikaan on kuitenkin otettava huomioon myös miehet, ja kehittää käsitystä miehisyydestä eteenpäin. Malliston viesti painottaa sitä. Mikäli miehisyyttä halutaan edistää, täytyy siihen alkaa hyväksymään ”feminiiniset” piirteet. Uskoisin, että se on keino välttää epätasa-arvo toiseen suuntaan ja helpottaa jatkossa kaikkien sukupuolien paikan löytämistä yhteiskunnassa. Tässä mielessä koen että aihe on tärkeä.

## Loppusanat

Kokonaisuudessaan olen tyytyväinen opinnäytetyöhöni. Saavutin haluamani tavoitteet tietoperustan hankinnassa: selvitin maskuliinisuuden ja feminiinisuuden käsitteet itselleni ja ymmärrän laajemmin miesten muodin historiaa ja osasin soveltaa tätä tietoa omasta mielestäni suunnitteluprosessiini.

Opinnäytetyö kasvatti minua niin henkisesti kuin ammatillisestikin. Varsinkin prosessin alussa oman tyylin hakeminen ja siihen luottaminen oli vaikeaa, mutta tiedän löytäneeni nyt hyvän perustan ja havaitsen itsessäni enemmän itsevarmuutta sillä saralla ja haluan kehittää omaa tyyliäni vielä lisää. Huomaan että oma suunnittelijaidentiteettini vahvistui ja löysin enemmän sitä, mitä suunnittelijana haluan olla ja edustaa.

Portfoliota varten opinnäytetyö oli mainio, koska nyt pystyn käyttämään valmistaamani mallistoa siinä. Koska haluaisin tehdä töitä suunnittelijana, on portfolioilla suuri merkitys minulle työnhaun kannalta. Mallistolla pystyn osoittamaan oman osaamiseni ja tyylini.

Vaikka päällimmäinen tunne opinnäytetyöstä on positiivinen ja nautin sen tekemisestä, tiedän että minulla on vielä paljon kehitettävää ja opittavaa omasta työskentelystäni. Opinnäytetyön myötä tajusin, että oma suunnittelijaidentiteetti on aina kehityksessä ja että minulle tärkeä arvo on oppia kokoajan lisää ja uutta. Vaikka minusta nyt tuntuu, että olen löytänyt oman tyylini, ei se koskaan tule olemaan valmis ja aina on



löydettävä uusia inspiraationlähteitä ja tulkittava niitä omista lähtökohdista. Tämä projekti oli mainio suunnannäyttävä ja hyvä oppitunti niin moneen asiaan liittyen.

REMALE-mallisto oli minun matkani maskuliinisuuteen ja näkemykseni siitä, miten sen ilmaisua voidaan laajentaa. Muutos ei ole koskaan helppo, mutta tästä on hyvä jatkaa.

# LÄHTEET

## TEOKSET:

1. Barthes, Roland, 1983, *The Fashion System*. New York: Hill and Wang
2. Butler, Judith, 2006, *Hankala sukupuoli*, Gaudeamus
3. Constantino, Maria. 1997. *Men's Fashion in the Twentieth Century from Frock Coats to Intelligent Fibers*. Hollywood
4. Kaiser, Susan B. 2014, *Fashion and Cultural Studies*, Google Books, Berg
5. Lönnqvist, Bo, 2008, *Vaatteiden valtapeli*, Schildst Kustannus Oy
6. McDowell, Colin, 1992, *Dressed to Kill: Sex, Power and Clothes*, Hutchinson
7. McDowell, Colin, 1997, *The Man Of Fashion: Peacock Males and Perfect Gentlemen*, Thames and Hudson
8. Nuutinen, Ana. 2004. *Edelläkävijät - hiljainen, implisiittinen ja eksplisiittinen tieto muodin ennustamisessa*.
9. Raamattu. Suomen evankelis-luterilaisen kirkon kirkolliskokouksen vuonna 1992 käyttöön ottama suomennos. Helsinki: Kirjapaja.: Quite Specific Media Group
10. Sipilä, Petri, 1998, *Sukupuolitettu ihminen - Kokonainen etiikka*, Gaudeamus Kirja
11. Vänskä, Annamari: *Pojista tulee tyttöjä, tytöistä poikia*. Teoksessa Bonsdorff, Pauline & Von Seppä, Anita (toim.) *Kauneuden sukupuoli: Näkökulmia feministiseen estetiikkaan*, 2002, Gaudeamus

## OPINNÄYTETYÖT:

1. Kärkkäinen, Arja, *Extinction of Dodos: Unisex-vaatemallisto*, 2011, opinnäytetyö, Lahden ammattikorkeakoulu
2. Marcangeli, Sveva, "Undressing the Power of Fashion: The Semiotic Evolution of Gender Identity by Coco Chanel and Alexander McQueen" (2015). *Honor's Theses*. Paper 300.
3. Rosenström, Jenni, *Minusta neliö: Muodon tuottama vaatemallisto ja yrityskuva*, 2013, Savonia-ammattikorkeakoulu

## TUTKIMUKSET:

1. Arvanitidou, Zoi, Gasouka, Maria, *Fashion, Gender and Social Identity*, 2012, *First Fashion Colloquia*

## VERKKOSIVUT:

Saner, Emine (2017), Emma Watson and Vanity Fair: not everything a feminist does is a feminist act, The Guardian [Viitattu: 24.1.2018]  
<https://www.theguardian.com/world/shortcuts/2017/mar/06/emma-watson-vanity-fair-photoshoot-feminist> [Viitattu: 24.1.2018]

Erer, Aleks (2017), Are Millennials Experiencing a Crisis of Masculinity?, Highsnobiety, <https://www.highsnobiety.com/2017/09/04/millennials-masculinity-crisis/> [Viitattu 24.1.2018]

Stępień, Aneta (2017), Why we need to stop talking about a 'masculinity crisis', The Conversation <https://theconversation.com/why-we-need-to-stop-talking-about-a-masculinity-crisis-88713>  
 [Viitattu 24.1.2018]

Aamulehti (2015), Miesaktivistit: Suomalaisen miehen suurin ongelma on yksinäisyys ja raaka kulttuuri <https://www.aamulehti.fi/kotimaa/miesaktivistit-suomalaisen-miehen-suurin-ongelma-on-yksinaisyys-ja-raaka-kulttuuri-23194119/> [Viitattu 29.1.2018]

Kremer, William (2013), Why did men stop wearing high heels? BBC  
<http://www.bbc.com/news/magazine-21151350> [viitattu 6.2.2018 ja 21.2.2018]

Kuinka pukeutua maan tavalla (2011), Suomen suurlähetystö  
<http://www.finland.org.sa/public/default.aspx?contentid=220115&culture=fi-FI> [viitattu 24.1.2018]

Amstrong, Simon (2014), The trench coat's forgotten WW1 roots, BBC  
<http://www.bbc.com/news/uk-england-29033055> [Viitattu 6.2.2018]

Firchau, RJ, 100 Years of Men's Fashion  
<https://www.ties.com/blog/100-years-of-mens-fashion> [viitattu 21.2.2018]

Olive, Selene (2017), Designers who shaped 90s minimalism, Vogue Italia  
<http://www.vogue.it/en/fashion/trends/2017/03/17/designers-who-shaped-90s-minimalism/> [viitattu 21.2.2018]

Sherman, Lauren (2016), #Menswear is Dead. What's Next? Business Of Fashion <https://www.businessoffashion.com/articles/intelligence/menswear-movement-dead-mens-fashion-market-growth> [viitattu 21.2.2018]

Suomen tekstiili ja muoti (2017), Nousussa miesten pukeutuminen <https://www.stjm.fi/uutiset/nousussa-miesten-pukeutuminen/> [viitattu 22.2.2018]

Arico, J (2017), Fashion's "Gender Neutral" Collections Are Not All That Neutral <http://www.thefashionlaw.com/home/gender-neutral-collections-not-quite> [viitattu 2.4.2018]

Fury, Alexander (2014), A Men's Wear Revolution. The New York Times <https://www.nytimes.com/2014/09/14/t-magazine/a-mens-wear-revolution.html> [viitattu 5.5.2018]

## KUVAT:

- KUVA 1: Hakala, Joonas. Kuva ensimmäisestä omasta mallistosta. Viitattu [20.1.2018]
- KUVA 2: Peter Lindbergh. DIOR HOMME INTENSE. [Viitattu 24.1.2018]. Saatavissa: <https://www.thefashionisto.com/robert-pattinson-dior-homme-intense-city-fragrance-campaign/>
- KUVA 3: Dior. MISS DIOR. [Viitattu 24.1.2018] Saatavissa: <https://www.fragrantica.com/news/Dior-Miss-Dior-Eau-de-Parfum-A-New-Vision-of-Love-9788.html>
- KUVA 4: Tim Walker/Vanity Fair. Emma Watson. [Viitattu 24.1.2018] Saatavissa: <https://www.theguardian.com/world/shortcuts/2017/mar/06/emma-watson-vanity-fair-photoshoot-feminist>
- KUVA 5: AP IMAGES. Lady Gaga. [viitattu 29.1.2018] Saatavissa: <https://www.hollywoodreporter.com/news/what-lady-gagas-meat-dress-819365>
- KUVA 6: Iltalehti. Pirkko Saisio. [viitattu 29.1.2018] Saatavissa: [http://www.iltalehti.fi/linnanjuhlat/2010120712817571\\_lj.shtml](http://www.iltalehti.fi/linnanjuhlat/2010120712817571_lj.shtml)
- KUVA 7: Dimitrios Kambouris/Getty Images Entertainment/Getty Images. Beyoncé ja Jay-Z. [viitattu 29.1.2018] Saatavissa: <https://www.bustle.com/articles/158045-will-beyonce-jay-z-go-to-the-2016-met-gala-together-its-all-up-in>
- KUVA 8: Everlane. The Japanese Oxford Square Shirt. [viitattu 29.1.2018] Saatavissa: <https://www.everlane.com/products/womens-japanese-oxford-square-shirt-white?collection=womens-tops>
- KUVA 9: Everlane. The Japanese Slim Fit Oxford. [viitattu 29.1.2018] Saatavissa: <https://www.everlane.com/products/mens-slim-fit-oxford-shirt2-white?collection=mens-shirt-shop>
- KUVA 10: Burberry. Vuoden 1917 mainos Burberryn trenssille. [viitattu 29.1.2018] Saatavissa:
- KUVA 11: Burberry. Miesten trenssi. [viitattu 29.1.2018] Saatavissa: <http://themanhasstyle.com/2016/03/02/burberry-monogramming-for-iconic-trench/>
- KUVA 12: AFP/Lehtikuva. Prinssi Carl Philip. [viitattu 29.1.2018]

- Saatavissa: <https://www.mtv.fi/viihde/kuninkaalliset/artikkeli/uskomattoman-kaunis-morsian-carl-philip-liikuttui-nahdessaan-sofian-alttarilla/5184016#gs.M3=mGfc>
- KUVA 13: Alexander Roslin/Google Cultural Institute. Gustav III och hans bröder. [viitattu 22.2.2018]  
 Saatavissa: [https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Alexander\\_Roslin\\_-\\_King\\_Gustav\\_III\\_of\\_Sweden\\_and\\_his\\_Brothers\\_-\\_Google\\_Art\\_Project.jpg](https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Alexander_Roslin_-_King_Gustav_III_of_Sweden_and_his_Brothers_-_Google_Art_Project.jpg)
- KUVA 14: Robert Dighton. George Bryan Brummel. [viitattu 22.2.2018]  
 Saatavissa: <https://en.wikipedia.org/wiki/Dandy#/media/File:BrummellDighton1805.jpg>
- KUVA 15: Piirros kahdesta erilaista smokkitakista vuoden 1898 rätälijulkaisusta. [viitattu 22.2.2018]  
 Saatavissa: [https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Dinner\\_Jackets,\\_1898.jpg](https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Dinner_Jackets,_1898.jpg)
- KUVA 16: National Portrait Gallery/London. David Lloyd George; Prince Edward, Duke of Windsor (King Edward VIII). [viitattu 22.2.2018]  
 Saatavissa: <https://www.npg.org.uk/collections/search/portraitLarge/mw253633/David-Lloyd-George-Prince-Edward-Duke-of-Windsor-King-Edward-VIII>
- KUVA 17: Everett/REX/Shutterstock. Prince Of Wales. [viitattu 22.2.2018]  
 Saatavissa: <https://therake.com/stories/style/the-checks-in-the-post/>
- KUVA 18: AP Photo/Len Putnam. Bunny Austin. [viitattu 22.2.2018]  
 Saatavissa: <https://www.bethq.com/blog/history-of-mens-tennis-fashions>
- KUVA 19: Christian Montone. 1930s Three Men On Beach. [viitattu 22.2.2108]  
 Saatavissa: <https://www.flickr.com/photos/christianmontone/4347935085/in/photostream/>
- KUVA 20: John Ferrell/Library of Congress, Prints & Photographs Division, FSA-OWI Collection, [reproduction number, e.g., LC-USF35-1326]. "Washington, D.C. Soldier inspecting a couple of "zoot suits" at the Uline Arena during Woody Herman's Orchestra engagement there" [viitattu 22.2.2018]  
 Saatavissa: <https://en.wikipedia.org/wiki/File:Zootsuit2.jpg>
- KUVA 21: Getty Images. Marlon Brando. [viitattu 22.2.2018]  
 Saatavissa: <https://www.esquire.com/style/mens-fashion/a22332/marlon-brando-style-042513/>
- KUVA 22: Warner Bros. publicity still for for the film Rebel Without a Cause. Still-kuva James Deanista elokuvassa Nuori Kapinallinen. [Viitattu 22.2.2018]  
 Saatavissa: [https://commons.wikimedia.org/wiki/File:James\\_Dean\\_in\\_Rebel\\_Without\\_a\\_Cause.jpg](https://commons.wikimedia.org/wiki/File:James_Dean_in_Rebel_Without_a_Cause.jpg)



- KUVA 23: Brioni Archives. Sketch. [Viitattu 22.2.2018]  
 Saatavissa: <https://www.florenceinferno.com/italian-fashion-house-brioni/>
- KUVA 24: Terry Fincher/Express/Hulton Archive/Getty Images. Mods. [Viitattu 22.2.2018]  
 Saatavissa: <http://www.bbcamerica.com/anglophenia/2015/07/1960s-mod-slang-we-should-use-today>
- KUVA 25: Redferns. The Beatles. [Viitattu 22.2.2018]  
 Saatavissa: <http://www.dailymail.co.uk/news/article-2211983/The-day-60s-began-Exactly-50-years-Beatles-released-single-magical-evocation-decade-changed-world-ever.html>
- KUVA 26: Alan Messer/Rex Features. The Rolling Stones. [Viitattu 22.2.2018]  
 Saatavissa: <http://www.dailymail.co.uk/tvshowbiz/article-2357766/Rolling-Stones-fans-want-Hyde-Park-stage--44-years-playing-there.html>
- KUVA 27: Getty Images. Egon and Diane Von Furstenberg. [Viitattu 22.2.2018]  
 Saatavissa: <https://www.harpersbazaar.com/fashion/trends/g6495/70s-fashion-in-photos/?slide=3>
- KUVA 28: Lee/Ebony magazine, August 1976. [viitattu 22.2.2018]  
 Saatavissa: <http://www.bionicrock.com/2015/08/20/rad-ads-lee-riders-jeans-1976/>
- KUVA 29: Aldo Fallai. Giorgio Armani Fall/Winter 1988. [viitattu 22.2.2018]  
 Saatavissa: <https://garmentozine.wordpress.com/2012/02/08/armani-1988-2/>
- KUVA 30: Warner Bros. Still from the movie "Clueless", 1995. [viitattu 22.2.2018]  
 Saatavissa: [https://i-d.vice.com/en\\_uk/article/d3vb4v/remembering-the-worst-of-90s-skate-fashion](https://i-d.vice.com/en_uk/article/d3vb4v/remembering-the-worst-of-90s-skate-fashion)
- KUVA 31: MTV. Kurt Cobain. [viitattu 22.2.2018]  
 Saatavissa: <https://nerdist.com/kurt-cobain-made-his-solo-debut-on-the-billboard-charts/>
- KUVA 32: hi-art. Helmut Lang Spring 1998. [viitattu 22.2.2018]  
 Saatavissa: <https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-1998-menswear/helmut-lang/slideshow/collection#1>
- KUVA 33: GQ. Kanye West. [viitattu 22.2.2018]  
 Saatavissa: <https://www.gq.com/gallery/kanye-west-every-outfit-look-book>
- KUVA 34: Virginia Argaro. Backstage at Gucci SS16. [viitattu 22.2.2018]  
 Saatavissa: <http://www.dazeddigital.com/fashion/article/25213/1/gucci-s-new-era-three-things-you-need-to-know>
- KUVA 35: Paolo Roversi. Quilted skirt, autumn/winter 1985-86 by Jean Paul Gaultier. [viitattu 2.4.2018]

- Saatavissa: <https://www.metmuseum.org/exhibitions/listings/2003/bravehearts/photo-gallery>
- KUVA 36: SHOWstudio. JW ANDERSON A/W 13. [viitattu 2.4.2018]  
 Saatavissa: [http://showstudio.com/collection/london\\_menswear\\_a\\_w\\_2013/jw\\_anderson\\_a\\_w\\_13](http://showstudio.com/collection/london_menswear_a_w_2013/jw_anderson_a_w_13)
- KUVA 37: GUCCI. Gucci's Men's Cruise Collection 2018 Lookbook. [viitattu 2.4.2018]  
 Saatavissa: <https://www.highsnobiety.com/2017/07/20/gucci-cruise-2018-menswear-lookbook/>
- KUVA 38: Yannis Vlamos/GoRunway.com. Rick Owens spring 2012 menswear look 13. [viitattu 2.4.2018]  
 Saatavissa: <https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2012-menswear/rick-owens/slideshow/collection#13>
- KUVA 39: Alessandro Garofalo/Indigital.tv. Palomo Spain fall 2018 menswear look 15. [viitattu 2.4.2018]  
 Saatavissa: <https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2018-menswear/palomo-spain/slideshow/collection#15>
- KUVA 40: Yannis Valmos/GoRunway.com. Thom Browne spring menswear 2018 look 8. [viitattu 2.4.2018]  
 Saatavissa: <https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2018-menswear/thom-browne/slideshow/collection#8>
- KUVA 41: Hakala, Joonas. Moodboard. [viitattu 2.5.2018]
- KUVA 42: Hakala, Joonas. Luonnokset. [viitattu 2.5.2018]
- KUVA 43: Hakala, Joonas. Takkivaihtoehdot. [viitattu 2.5.2018]
- KUVA 44: Hakala, Joonas. Materiaalikortti. [viitattu 2.5.2018]
- KUVA 45: Hakala, Joonas. Värikartta. [viitattu 2.5.2018]
- KUVA 46: Hakala, Joonas. Mustavalkoinen mallistolakana. [viitattu 2.5.2018]
- KUVA 47: Hakala, Joonas. Värillinen mallistolakana. [viitattu 2.5.2018]
- KUVA 48: Hakala, Joonas. Esityskuva 1. [viitattu 16.5.2018]
- KUVA 49: Hakala, Joonas. Tasokuvat esityskuva 1. [viitattu 16.5.2018]
- KUVA 50: Hakala, Joonas. Esityskuva 2. [viitattu 16.5.2018]
- KUVA 51: Hakala, Joonas. Tasokuvat esityskuva 2. [viitattu 16.5.2018]
- KUVA 52: Hakala, Joonas. Esityskuva 3. [viitattu 16.5.2018]
- KUVA 53: Hakala, Joonas. Tasokuvat esityskuva 3. [viitattu 16.5.2018]
- KUVA 54: Hakala, Joonas. Esityskuva 4. [viitattu 16.5.2018]
- KUVA 55: Hakala, Joonas. Tasokuva takista. [viitattu 16.5.2018]
- KUVA 56: Hakala, Joonas. Lookbook -kuva 1. [viitattu 3.5.2018]
- KUVA 57: Hakala, Joonas. Lookbook -kuva 2. [viitattu 3.5.2018]
- KUVA 58: Hakala, Joonas. Lookbook -kuva 3. [viitattu 3.5.2018]
- KUVA 59: Hakala, Joonas. Lookbook -kuva 4. [viitattu 3.5.2018]
- KUVA 60: Hakala, Joonas. Lookbook -kuva 5. [viitattu 3.5.2018]
- KUVA 61: Hakala, Joonas. Lookbook -kuva 6. [viitattu 3.5.2018]
- KUVA 62: Hakala, Joonas. Lookbook -kuva 7. [viitattu 3.5.2018]

KUVA 64: Hakala, Joona. Lookbook -kuva 8. [viitattu 3.5.2018]

KUVA 64: Hakala, Joona. Lookbook -kuva 9. [viitattu 3.5.2018]

KUVA 65: Hakala, Joona. Lookbook -kuva 10. [viitattu 3.5.2018]

KUVA 66: Hakala, Joona. Lookbook -kuva 11. [viitattu 3.5.2018]

# LIITE 1: TASOKUVAT

PRODUCT CARD

Extra wide boat neck shirt

REMALE S/S 2018

Sizes: S-L

Designer: JOONA HAKALA

Technical drawing of a long-sleeved shirt. The drawing shows the front view with measurement points 1 through 7. Point 1 is chest width, 2 is length, 3 is armhole, 4 is sleeve length, 5 is sleeve opening, 6 is shoulder, and 7 is neckline width. A detail A shows the bodice facing with a 4 cm width.

MEASURMENTS

SAMPLE SIZE S		CM
1. Chest	58,5	
2. Lenght	66,0	
3. Armhole	21,0	
4. Sleeve lenght	62,5	
5. Sleeve opening	13,5	
6. Shoulder	13,0	
7. Neckline width	32,0	

MATERIALS & COLORS

100 % DENIM / COTTON

19 3950 Pantone TCX-TPX  
Deep Ultramarine

ADDITIONALS

CARE INSTRUCTIONS

LABEL INSTRUCTIONS

SEWING INSTRUCTIONS

Threads tone to tone.

Sleeve head, neckline and hem have facings as the drawing A shows. There is no visible stitching. Edges of the fabric will be overlocked.

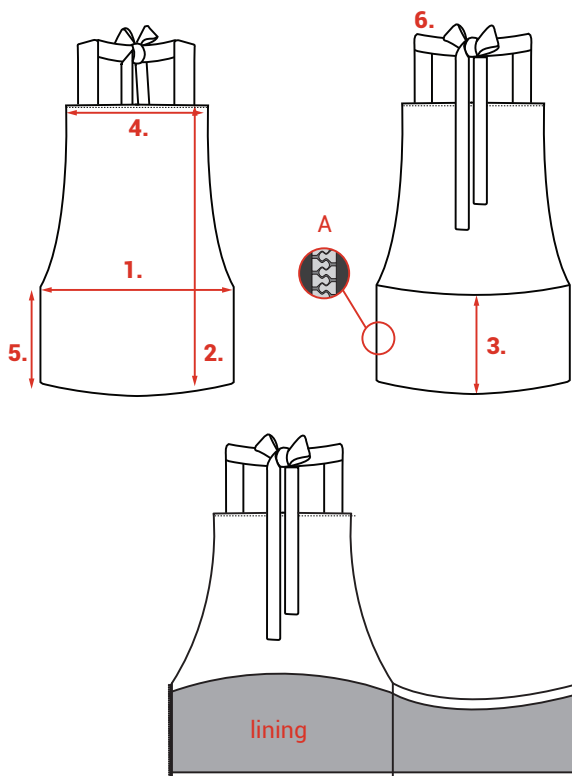
Fit is slightly oversized and straight.

## PRODUCT CARD

Tied waistcoat

REMALE S/S 2018

Sizes: S-L

Designer: **JOONA HAKALA**

## ADDITIONALS

A Side zipper 23 cm

## CARE INSTRUCTIONS



## LABEL INSTRUCTIONS

## MEASUREMENTS

SAMPLE SIZE **S** CM

1. Width	44,5
2. Length	53,0
3. Back Length	21,0
4. Upper part width	29,5
5. Side length	23,0
6. Straps	4,0 x 100,0

## MATERIALS &amp; COLORS

80 % WOOL / 20 % POLYESTER

19 3911 Pantone TCX-TPX  
Black Beauty

## SEWING INSTRUCTIONS

Threads tone to tone.

Neckline has a stitching 2mm from the edge.

The waistcoat has a lining as the drawing shows.

The waistcoat has a zipper on side.

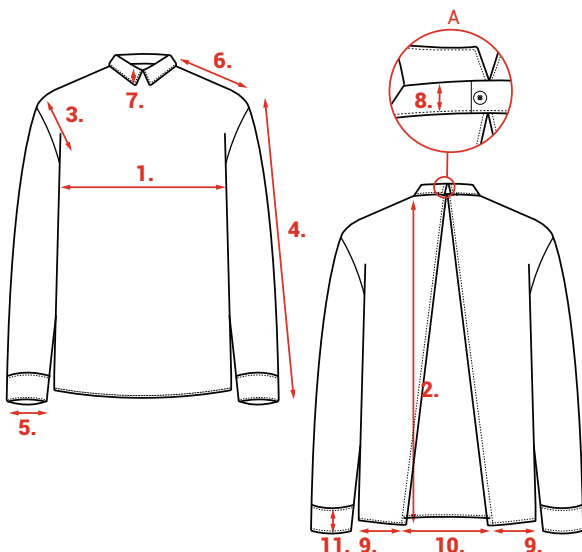
# PRODUCT CARD

Open back shirt

REMALE S/S 2018

Sizes: S-L

Designer: JOONA HAKALA



## MEASUREMENTS

SAMPLE SIZE S CM

1. Chest	60,0
2. Length	70,0
3. Armhole	22,0
4. Sleeve length	61,0
5. Sleeve opening	15,5
6. Shoulder	21,5
7. Collar height	5,0
8. Collar band height	2,5
9. Back width	17
10. Opening width	15
11. Cuff	4,5

## MATERIALS & COLORS

100 % COTTON BATISTE

11 0601 Pantone TCX-TPX  
Bright White

## ADDITIONALS

Invisible Ø 12 mm four-hole button  
Buckram in the collar and the cuffs

## CARE INSTRUCTIONS



## LABEL INSTRUCTIONS

## SEWING INSTRUCTIONS

Threads tone to tone.

The hem and the opening have a turned and stitched edge. Sticking 15 mm from the hem and the opening. The hem and the opening have a turned-up seam.

Button attached as the drawing A shows.

Edges of the fabric are overlocked.



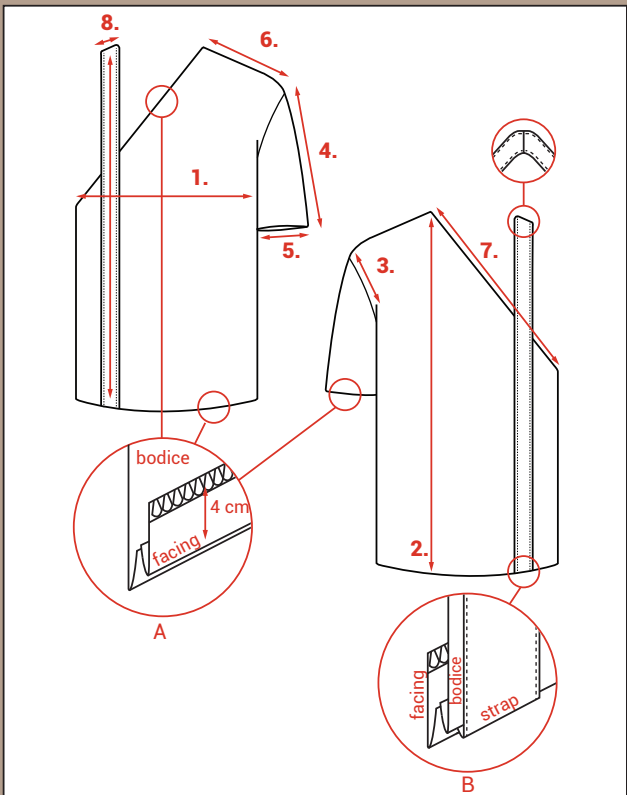
PRODUCT CARD

One shoulder t-shirt with a contrast strap

REMALE S/S 2018

Sizes: S-L

Designer: JOONA HAKALA



MEASUREMENTS

SAMPLE SIZE S CM

1. Chest	58,5
2. Length	70,0
3. Armhole	22,0
4. Sleeve length	26,0
5. Sleeve opening	20,0
6. Shoulder	21,0
7. Neckline width	43,0
8. Strap	4 x 67,0

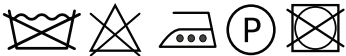
MATERIALS & COLORS

100 % COTTON

**Base:** 11 0601 Pantone  
TCX-TPX Bright White  
**Strap:** 17 1462 Pantone  
TCX-TPX Flame

ADDITIONALS

CARE INSTRUCTIONS



LABEL INSTRUCTIONS

SEWING INSTRUCTIONS

Threads tone to tone.

Sleeve head, neckline and hem have facings as the drawing A shows. The strap has a stitching. The strap is attached between the facing and the bodice as the drawing B shows.

Edges of the fabric are overlocked.

Fit is slightly oversized and straight.

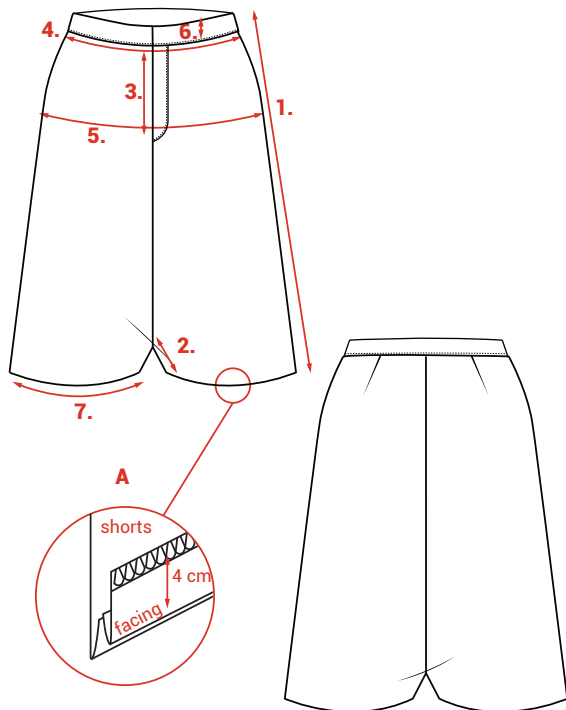
# PRODUCT CARD

Wide shorts

REMALE S/S 2018

Sizes: S-L

Designer: JOONA HAKALA



## MEASUREMENTS

SAMPLE SIZE **S** CM

1. Length	66,0
2. Inseam length	15,5
3. Flyfront	15,00
4. Waist	72,0
5. Hip	49,0
6. Waistband width	4,0
7. Leg opening	41 cm

## MATERIALS & COLORS

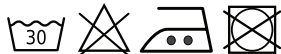
100 % DENIM / COTTON

19 3950 Pantone TCX-TPX  
Deep Ultramarine

## ADDITIONALS

Metal hook fastener

## CARE INSTRUCTIONS



## LABEL INSTRUCTIONS

## SEWING INSTRUCTIONS

Threads tone to tone.

Hem has facings as the drawing **A** shows. There is stitching in the waistband and in the flyfront. Both from 2 mm.  
Edges of the fabric will be overlocked.

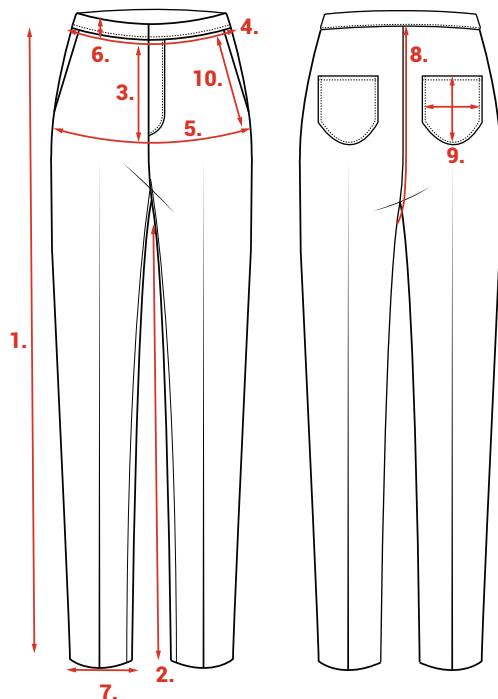
# PRODUCT CARD

Wide tapered ankle length trousers

REMALE S/S 2018

Sizes: 44-50

Designer: JOONA HAKALA



## MEASUREMENTS

SAMPLE SIZE **44** CM

1. Length	97,0
2. Inseam length	68,5
3. Flyfront	15,0
4. Waist	74,0
5. Hip	49,0
6. Waistband width	4,0
7. Leg opening	16,5
8. Front crotch seam	68,0
9. Pocket	18,5 x 15,0
10. Pocket opening	18,5

## MATERIALS & COLORS

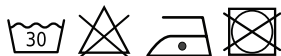
98 % COTTON / 2 % POLYUREHTANE

14 1012 Pantone  
TCX-TPX Champagne Beige

## ADDITIONALS

Metal hook fastener

## CARE INSTRUCTIONS



## LABEL INSTRUCTIONS

## SEWING INSTRUCTIONS

Threads tone to tone.

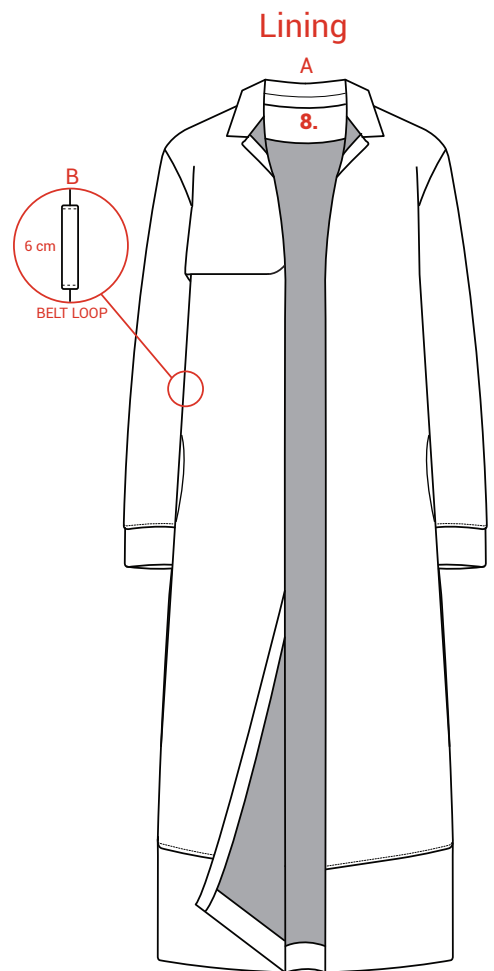
There is stitching in the waistband and in the flyfront. Both from 2 mm.  
Edges of the fabric will be overlocked.

PRODUCT CARD		1 / 2																														
Double layered trench coat	REMALE S/S 2018																															
Sizes: S-L	Designer: JOONA HAKALA																															
<div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div> <p>ADDITIONALS</p> <p>Buckram in the collar</p> </div> <div> <p>CARE INSTRUCTIONS</p> <div style="display: flex; align-items: center; gap: 10px;"> </div> </div> </div>																																
<div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div> <p>LABEL INSTRUCTIONS</p> <div style="border: 1px solid black; height: 60px; width: 100%;"></div> </div> <div> <p>MEASUREMENTS</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; text-align: left;"> <thead> <tr> <th style="text-align: left;">SAMPLE SIZE S</th> <th style="text-align: right;">CM</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>1. Chest</td><td style="text-align: right;">58,0</td></tr> <tr><td>2. Length</td><td style="text-align: right;">126,0</td></tr> <tr><td>3. Armhole</td><td style="text-align: right;">24,0</td></tr> <tr><td>4. Sleeve length</td><td style="text-align: right;">62,5</td></tr> <tr><td>5. Sleeve opening</td><td style="text-align: right;">15,0</td></tr> <tr><td>6. Shoulder</td><td style="text-align: right;">55,0</td></tr> <tr><td>7. Collar height</td><td style="text-align: right;">7,0</td></tr> <tr><td>8. Collar band height</td><td style="text-align: right;">3,5</td></tr> <tr><td>9. Hem</td><td style="text-align: right;">18,0</td></tr> <tr><td>10. Cuff</td><td style="text-align: right;">6,0</td></tr> <tr><td>11. Pocket opening</td><td style="text-align: right;">15,0</td></tr> <tr><td>12. Gun flap</td><td style="text-align: right;">28,0 x 30,0</td></tr> <tr><td>13. Back yoke</td><td style="text-align: right;">26,5</td></tr> <tr><td>14. Belt</td><td style="text-align: right;">4,5 x 220,0</td></tr> </tbody> </table> </div> </div>			SAMPLE SIZE S	CM	1. Chest	58,0	2. Length	126,0	3. Armhole	24,0	4. Sleeve length	62,5	5. Sleeve opening	15,0	6. Shoulder	55,0	7. Collar height	7,0	8. Collar band height	3,5	9. Hem	18,0	10. Cuff	6,0	11. Pocket opening	15,0	12. Gun flap	28,0 x 30,0	13. Back yoke	26,5	14. Belt	4,5 x 220,0
SAMPLE SIZE S	CM																															
1. Chest	58,0																															
2. Length	126,0																															
3. Armhole	24,0																															
4. Sleeve length	62,5																															
5. Sleeve opening	15,0																															
6. Shoulder	55,0																															
7. Collar height	7,0																															
8. Collar band height	3,5																															
9. Hem	18,0																															
10. Cuff	6,0																															
11. Pocket opening	15,0																															
12. Gun flap	28,0 x 30,0																															
13. Back yoke	26,5																															
14. Belt	4,5 x 220,0																															
<p>MATERIALS &amp; COLORS</p> <p><b>BASE:</b> 98 % COTTON / 2 % POLYURETHANE</p> <p><b>SLEEVES AND HEM:</b> 100 % COTTON</p> <p><b>LINING:</b> 100 % VISCOSE</p> <div style="display: flex; margin-top: 10px;"> <div style="width: 40px; height: 20px; background-color: #a08060; margin-right: 5px;"></div> <p><b>BASE:</b> 14 1012 Pantone TCX-TPX Champagne Beige</p> </div> <div style="display: flex; margin-top: 10px;"> <div style="width: 40px; height: 20px; background-color: #e05d44; margin-right: 5px;"></div> <p><b>SLEEVES AND HEM:</b> 17 1462 Pantone TCX-TPX Flame</p> </div>																																
<p>SEWING INSTRUCTIONS</p> <p>Threads tone to tone.</p> <p>Stitching in the hem and in the sleeves 10 mm from the edge.</p> <p>Coat is fully lined (including the sleeves) as the drawing A on the page 2 shows.</p> <p>Belt loops (drawing B) 15,5 down from the armhole seam</p>																																

PRODUCT CARD 2 / 2

Double layered trench coat REMALE S/S 2018

Sizes: S-L Designer: JOONA HAKALA



# KIITOKSET

## Opinnäytetyön ohjaajat

Ulla Rytönen

Laura Pakarinen

## Ompeluassistentti

Minttu Stranius

## Malli

Gabriel Thiam

## Opinnäytetyön taitto

Kia Hakala

## Turo Tailor

Kiitos myös isälle ja äidille, sekä kaikille henkistä tukea tarjonneille ystäville.



